

需給チャネルからみた首都圏外縁部中心市街地の商業特性：茨城県水海道地域を事例に

著者	福井 一喜, 神 文也, 渡邊 瑛季, 周 軼飛, 薛 ?, 中川 紗智, 市川 康夫, 山下 清海
雑誌名	地域研究年報
号	36
ページ	1-34
発行年	2014-02-27
その他のタイトル	Commercial Function in the Central Area Around Metropolitan Tokyo Viewed from Distribution Channel : A Case Study of Mitsukaido Area, Ibaraki Prefecture
URL	http://hdl.handle.net/2241/00123716

需給チャネルからみた首都圏外縁部中心市街地の商業特性

— 茨城県水海道地域を事例に —

福井一喜・神 文也・渡邊瑛季・周 軼飛
薛 琦・中川紗智・市川康夫・山下清海

本稿は、茨城県常総市水海道地域の中心市街地を事例とし、需給チャネルの役割から、首都圏外縁部中心市街地の商業特性を明らかにすることを目的とした。特に商店の小売と卸売の両需給チャネルが対応するニーズと、その空間スケールに着目し分析した。その結果、水海道地域の中心市街地における小売は、地域外の農村ニーズに対する役割を有するが、店頭販売・サービス提供を通じたローカルニーズに対する役割は縮小していることが明らかとなった。一方で卸売は、公共機関等を通じた取引によるローカルニーズへの対応と、一般企業との取引による、関東地方の広域なニーズへの対応という役割を維持している。これらの背後には、鬼怒川水運を背景とした近世以来の商業発展の蓄積が存在する。以上の結果より、首都圏外縁部中心市街地の商業特性として、卸売を通じて地域内外のニーズに対応することが商業の存続において重要であると指摘できる。

キーワード：中心市街地、商業機能、需給チャネル、鬼怒川、茨城県常総市

I. はじめに

I-1 研究の背景と目的

日本の商業は1990年代以降大きな構造的変化を経験してきた。とりわけ都市の中心市街地における「シャッター通り化」の深刻化は長期にわたって問題視され、中心市街地の空洞化やその商業機能の衰退は、1990年代以降の大規模小売店法の運用緩和や、小売チェーン店、ロードサイド型大型小売店舗の成長がその主な要因として認識されてきた。こうした変化の背景には、街道沿いから鉄道駅への商業地域の重心変化や、モータリゼーションによる商業機能ないしは都市機能の郊外への流出といった、交通インパクトによる商業上の重点の空間的移動と拡散が存在する（高野、2005）。元来、日本の商業は住居系地域における職住一体の手軽な開業を主とした、零細性と過多性をその特徴とする。そのため交通インパクトのなかで、中心市街地の商店はチェーンストアや

大規模商店の伸長に対応できず、その数を減少させてきた。さらに現行のゾーニング規制が中心市街地近隣用地における中・大型店の立地を必ずしも規制しなかったことは、郊外におけるショッピングセンターの台頭と並んで、中心市街地空洞化の要因となった（根田、2008）。こうした都市ないしは商業の構造的変化に対して、1998年の「まちづくり3法」および2006年の「改正まちづくり3法」の制定は、都市機能の郊外拡散の抑止と中心市街地の再生加速を企図した対策であったが、これらが実際に中心市街地において進行する都市機能や商業機能の衰退の阻止に至っているか否かは、未だ明らかとなっていない（荒木、2007）。

こうした中心市街地をとりまく制度的取組に焦点をあてた研究として、商店街の組織とは異なった「仲間型組織」と呼ばれる団体の人的活動が中心市街地において重要な役割を果たすことや（安倉、2007）、中心市街地活性化のための諸施策を計画、実行する組織の世代交代や人的ネットワー

クの拡充といった人的資源の重要性（兼子ほか、2002）などが明らかにされている。しかし経営者の有する個々の商店の経営意識に注目しながら、商業経営上の人的側面から中心市街地の構造変化を論じることも求められている（五十嵐、1996）。

商業は、売り手と買い手との間での取引において、それぞれの需要と供給が接合される経路、すなわち需給チャネルから、小売と卸売とに大別できる。これら小売と卸売は商業を扱う地理学において、一般的に峻別して検討される¹⁾。それは小売と卸売はその商圈規模も、果たす役割も大きく異なるためである。すなわち、卸売は販売相手の立地する空間的範囲が都市域に限定されないため、小売と比して、財・サービス供給の空間的範囲が広域なのである（根田、2008）。

ところが、両者は同一の中心市街地に共存しており、しかも同一の商店が小売と卸売の双方の機能を有することも少なくない。このことは中心市街地の商業機能が、小売と卸売という異なる性質を有する2つの需給チャネルから構成されていることを示している。それゆえ、こうした需給チャネルの差異からみると、小売と卸売は中心市街地の商業機能に対して、それぞれ異なる役割を有していることが予期される。そこで本稿では、中心市街地の商業機能の分析対象として、小売と卸売の双方を含めることとする。また、小売を店頭での販売およびサービス提供とし、卸売を企業間取引とする。以上から、本稿の目的は、茨城県水海道地域の中心市街地を事例に、商店の需給チャネルの役割から、首都圏外縁部中心市街地の商業特性を明らかにすることである。分析にあたっては、商店の小売と卸売の両需給チャネルが対応するニーズと、その空間スケールに着目する。

水海道地域は茨城県南西部に位置する、首都圏外縁部の小都市である²⁾。首都圏外縁部の中心市街地では郊外型大型店の誘致による商業の自治体間競争が進行し、その結果として、今日までに、中心市街地の商店経営をとりまく環境が変容している。1980年代末の水海道地域の商業機能について検討した高橋ほか（1990）は、水海道地域では、

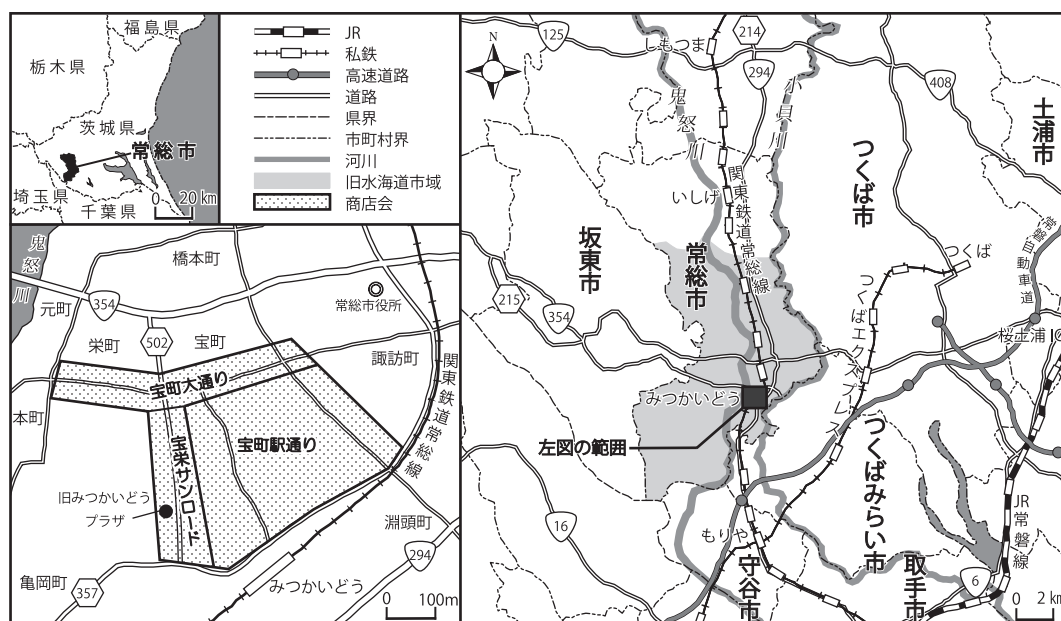
モータリゼーションを背景として、消費行動の広域化や、消費指向の一般商店から大店舗への変化が進行していることを指摘し、水海道地域の商業機能が首都圏へと編入されたことを明らかにしている。よって、水海道地域の中心市街地は、首都圏の影響下における中心市街地の商業特性をみるにふさわしい地域といえる。

水海道地域は、鬼怒川と小貝川に挟まれる地形条件によって、近世以降、河川交通による物資集散の拠点として発達してきた。そのため小売のみならず卸売の機能が発達しており、小売と卸売の相互比較が可能である。それゆえ需給チャネルの差異が、個々の商店経営や中心市街地の商業機能の中でいかなる意味を持つのかを検討するうえで適した地域であるともいえよう。

本稿の研究手順は以下の通りである。まず、研究対象地域である水海道地域の概要を示したのち、水海道地域における商業の発展について、歴史的経緯をふまえながら分析する。その際には水海道地域に対する交通インパクトに着目し、歴史を3期に分割して検討する。近年の動向に関しては、先行研究を援用しつつ、業種の変遷や土地利用の検討を行い、今日の水海道地域における商業を概観する。そのうえで、中心市街地における商業経営を、個々の商店に対する聞き取り調査に基づいて分析し、現在の水海道地域における中心市街地の商業に関わる取組をふまえて、需給チャネルからみた中心市街地の商業特性を明らかにする。

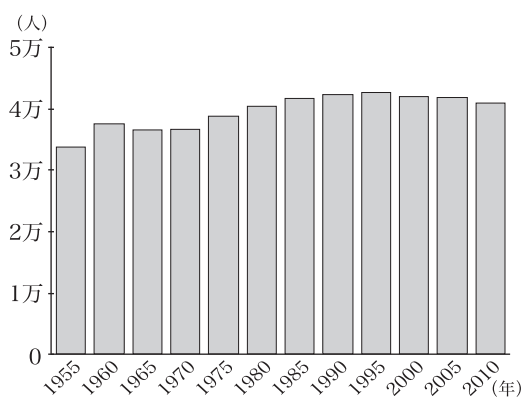
I-2 研究対象地域

研究対象地域である水海道地域は茨城県常総市の南側半分を占める旧水海道市を指す。旧水海道市は2006年1月1日に石下町を編入合併して常総市となった（第1図）。水海道地域は茨城県南西部に位置し、関東地方東部の近郊農業地帯に存在する小都市であり、つくば市や守谷市と共に茨城県南西部の中核を担ってきたほか、坂東市やつくばみらい市とも接し、常総市内石下地区を通じて下妻市と接する。



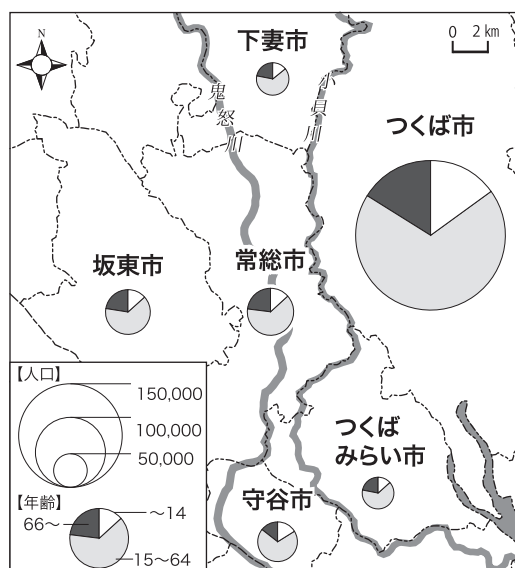
第1図 研究对象地域

水海道地域は高度経済成長期以降人口が増加してきたが、近年では人口が漸減している(第2図)。2010年の人口は40,962人と、ピーク時である1995年の42,683人から1,721人減少し、1980年代末とほぼ同水準である。常総市全体では人口65,320人(2010年)であり、近隣自治体と比較すると坂東市の56,114人や守谷市の62,482人とほぼ同規模である。一方、214,590の人口を有するつくば市は茨城県南西部において突出した人口規模を有して



第2図 水海道地域の人口推移
(国勢調査により作成)

いることがわかる。また、茨城県南西部における人口分布（第3図）をみると、65歳以上人口の割合が常総市で22.9%と隣接自治体の中で最も高くなっており、つくば市（15.8%）や守谷市（14.3%）よりも比率が高い。一方で坂東市や下妻市、つく



第3図 茨城県南西部における人口分布(2010年)
(国勢調査により作成)

ばみらい市といった農業地帯としての性格の強い地域はそれぞれ22.1%, 21.6%, 21.7%であり常総市に続く高齢者割合となっている。常総市はこれらの地域のように、その内部に高齢者を多く有しており、この地域の中核であるつくば市や守谷市といった都市と比して高齢化の顕著な都市であるといえる。

交通についてみると、常総市では守谷駅から下館駅を結ぶ関東鉄道常総線が縦断しており、市内沿線には水海道駅、北水海道駅、中妻駅、三妻駅、南石下駅、石下駅、玉村駅が存在する。なかでも1911年（明治44）の関東鉄道開通時に開設された水海道駅は、常総市の中心駅である（写真1）。道路交通としては国道354号線および294号線、県道215号線などが存在し、これらによって常総市は坂東市、下妻市、つくば市、つくばみらい市と結合しており、常総市内でも水海道地域は北部の石下地区と結合している。これらのことから水海道地域は近隣自治体との交通上の結びつきが強いといえる。そのうえ、隣接する守谷市とつくば市は、つくばエクスプレスや常磐自動車道によって、東京と直接結合している。首都50km圏内に位置する水海道地域にとって、これら隣接自治体の交通網は、千葉や東京といった首都圏の大都市が有する商業機能の影響を水海道地域にもたらすものであった（高橋ほか、1990）。

水海道地域の中心市街地は常総線水海道駅の北側に位置する。その中心市街地は、鬼怒川と小貝



写真1 水海道駅前広場（2013年5月 渡邊撮影）

駅前広場は自動車の停車エリアとして利用されており、歩行者はあまり見られない。ブラジル人向けスーパーマーケットの「TAKARA」はブラジル人を中心に賑わっている。

川に挟まれた自然条件から、近世より水上交通で栄えた周辺の農村地帯における経済の中心であった。中心市街地の商業は、現在の水海道駅北部に位置する宝町大通り、宝町駅通り、宝栄サンロードという3つの商店街を中心に構成されている。水海道地域の中心市街地は鬼怒川と小貝川、関東鉄道常総線および国道354号線という各種交通網に囲まれている。これらの河川、鉄道、自動車の各交通網は、近世以降水海道地域の商業にそれぞれ影響を与えてきた。

II 水海道地域における商業の変遷

II-1 商業地域の歴史的発展

水海道地域における商業は、各時代の交通の変化から大きく影響を受けてきた（第1表）。そこで本節では、水海道地域における近世以降の商業の発展過程を交通の影響に注目し、江戸～明治期の「河川交通期」、大正～戦後期の「鉄道交通期」、高度経済成長期以降の「自動車交通期」の3期に分類した。

1) 河川交通期－江戸～明治期－

水海道地域は江戸時代に鬼怒川水運による物資の集散地となったが、これは寛永年間（1624～1643年）に行われた鬼怒川開削工事によるところが大きい。開削工事によって鬼怒川が直接利根川に通じるようになると、水海道地域から江戸や陸奥・会津地方までの舟運による物資輸送が可能となった。水海道河岸は当初は御城米・年貢米の公荷物輸送のみであったが、江戸中期以降一般商荷物を取り扱うようになり、米、麦、粕、干鰯、塩、炭、榎木、藍玉、実綿、油、油粕、酒、醤油、茶、塗物等その他日用品の種々雑多な品目に及んでいる（水海道市史編さん委員会、1983）。このように水海道地域の商業機能は水運環境の変化を契機として急速に発達し、北関東から江戸への物流を担う一大拠点に変容していったことがわかる。それを反映して水海道地域の人口は、1687年（貞享4）の1,093人から1855年（安政2）までに2,769

第1表 水海道地域における商業の変遷

時期	年	主な出来事
①河川交通期	1643	鬼怒川開削工事完了
	1637	六斉市開設
	1817	水海道醤油組合仲間結成
	1896	株式会社水海道銀行設立
	1897	絹江製糸合資会社設立
	1900	水海道商品株式会社設立
	1912	報徳銀行水海道支店設置
②鉄道交通期	1912	水海道電気会社設立
	1913	常総鉄道開通
	1918	水海道警察署、駅前に移転
	1923	三省館製糸設立
	1923	水海道特定倉庫設立
	1937	丸三繊維工場、水海道へ進出
	1950	商工会再建
③自動車交通期	1952	商工協同組合結成
	1973	みつかいどうプラザ開店
	1981	常磐自動車道開通
	2001	千姫まつり初開催
	2005	つくばエクスプレス開通
	2007	みつかいどうプラザ閉店

(『水海道市史』より作成)

人へ急増しており、急速な商業都市化を経験している。この背景としては、河川交通の発達とともに、横曽根村で開かれていた定期市が水海道地域に移されたために各地方から商人が移り住むようになったこと、周辺農村からの出稼ぎ人口が流入したことが挙げられる(水海道市史編さん委員会、1983)。

この商業都市化のなかで、水海道地域では呉服や米穀、木綿などを取り扱う商人や、酒・醤油の醸造家が台頭した。文化年間(1804～1817年)には水海道地域の醤油醸造家7軒によって水海道醤油仲間が結成され、1824年(文政7)に江戸地廻り醤油仲間に参加している。また1884年(明治17)において、年商5,000円以上の商店は呉服太

物5軒・米穀商3軒・醤油商2軒・糸綿商1軒であり、卸売業を中心としていた(水海道市史編さん委員会、1983)。このような卸売業を中心とする大規模商店は、関連小売業に対する強い影響力を有していたと考えられ、その後の水海道地域における小売業の発展を牽引していったといえる。

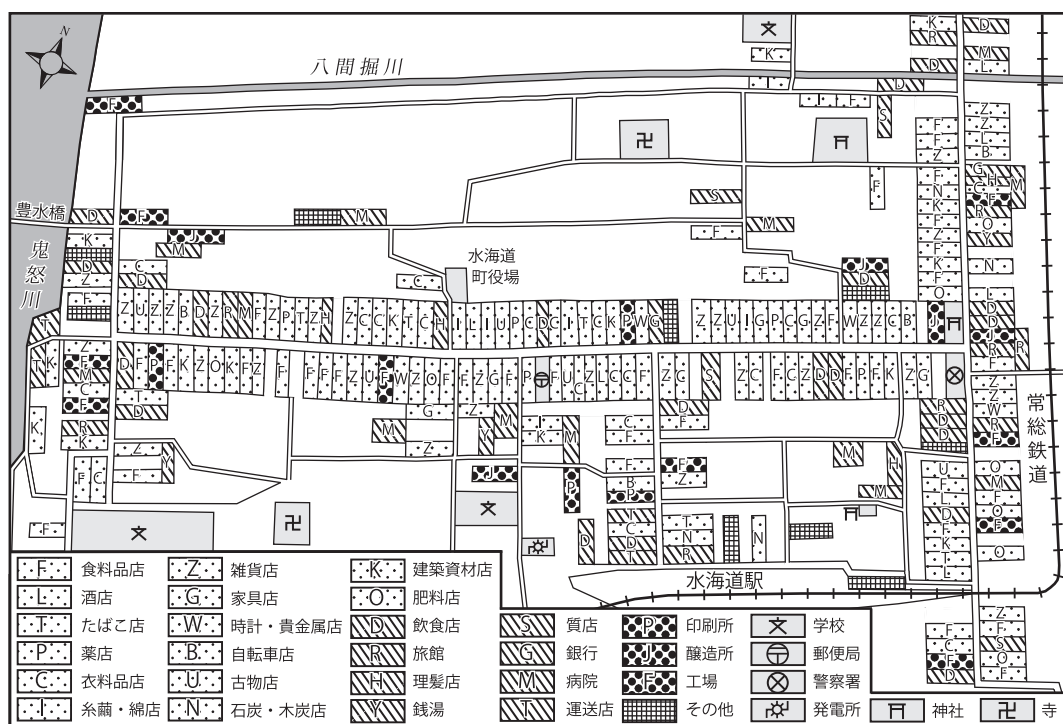
明治後期になると肥料や米穀、酒造業などの伸長とともに、諸会社や銀行の設立が顕著にみられる。1897年(明治30)には水海道地域初の製糸会社である絹江製糸合資会社が、1900年(明治33)には商品委託売買および倉庫業、運送業、金銭貸付業等の業務を行う水海道商品株式会社が、ともに鬼怒川沿いに設立された。また1896年(明治29)に地元の有力商人によって水海道銀行が設立されたほか、1912年(明治45)には報徳銀行水海道支店が設置されている(水海道市史編さん委員会、1985)。このような近代的な商業は、その後の鬼怒川水運による産業発展の基盤を形成するものといえよう。

2) 鉄道交通期—大正～戦後期—

大正期に入ると水海道地域の商業機能はますます発展し、特に1913年(大正2)の常総鉄道の開通は、水海道地域にそれまで展開していた商業地域の面的な拡大を促した。

第4図は、1915年(大正4)における水海道地域の中心市街地の商業構成を表したものである。これをみると、大正期には小売業が著しく発展し、家具店や時計・貴金属店等の買回り品を販売する店舗が多数存在しているとわかる。また、糸繭や綿を扱う商店と製糸工場が、河川沿いを中心に分布していることが読みとれる。さらに、酒や醤油の醸造所といった江戸時代から続く業種が存続している一方で、自転車店や氷問屋といった新しい業種もみられる。

町役場・警察署・郵便局といった公共施設や学校が設置され、病院が13軒存在することは水海道地域の周辺地域に対する中心性を示している。また肥料店が8軒立地することは、水海道地域と農村地域との強い結びつきを示唆している。さらに



第4図 1915（大正4）年における中心市街地

注）正確なスケールに対応していない「水海道市街地図附名家案内」をベースに用いたため本図のスケールも不正確なものになっている。

（「水海道市街地図附名家案内」，「5万分の1地形図「水海道」1916（大正5）年発行」，『水海道市史』より作成）

鬼怒川沿いの道には1904年（明治37）の煙草専売制開始時に専売局によって指定された「煙草元売捌所」があるが，これは全県でも11ヵ所しか設置されていない（美馬，1990）。これらのことから，水海道地域は県内でも有数の商業地域であったといえる。

これら店舗の多くは，西部の鬼怒川沿いの道と，北部の八間堀川の南側に位置する小貝川に続く道と，そしてその2つを結んで東西に延びる道との3本の街路に沿って立地していたが，常総鉄道の開通に前後して水海道駅前にも商業機能の集積がみられるようになった。駅前から北へと延びる道の両脇には運送店や印刷所，各種小売店等が立地し，1918年（大正7）には水海道警察署が水海道駅前の新庁舎に移転した。報徳銀行水海道支店の倉庫も，常総鉄道の敷設がすでに決定されていたことから，1912年（明治45）に水海道駅前に

置かれた。また駅前には発電所が立地しており，これは1912年（明治45）に設立された水海道電気会社の火力発電所である。茨城県内において電力会社は1907年（明治40）に現水戸市，1910年（明治43）に現笠間市，1911年（明治44）に現土浦市，1912年（明治45）に現石岡市でそれぞれ設立され，水海道地域はこれら各地域に次いで5番目に電力供給が開始されたものであり，水海道町，大生村，豊岡村，谷田部町，福岡村，十和村，岩井町の電力供給をまかっていた（水海道市史編さん委員会，1985）。

こうしたなか，水海道駅における取扱い貨物の品目と数量は年々上昇した。水海道駅から県内各地および東京方面を中心とする県外へ輸送される出荷貨物の中心は，農村部から集められた米や麦，繭等の農産物であり，反対に東京などから水海道駅へと集まってくる入荷貨物の中心は，肥料や石

炭、薪炭などであった。1923年（大正12）には水海道町を中心に、水海道駅を利用して農産物の出荷を行う1町11村が結集して、農産物の共同販売事業を行う水海道特定倉庫が設立された（水海道市史編さん委員会、1985）。明治期に2日に1度の割合で鬼怒川を通航していた蒸気船は、常総鉄道の開通を機にその役割が後退し、年間350～530隻が運航していた物資輸送用の大型船も、鉄道開通後は年間12～30隻前後と極めて稀にしか運航しなくなった（水海道市史編さん委員会、1985）。

このように、水海道地域の経済は常総鉄道の開通を背景として大きく発展した。特に、昭和期に入ると電力供給の開始によって製粉業が著しく発達し、水海道駅は麦粉出荷の中心的役割を担うようになった。一方終戦後になると、経済の混乱と物資不足によって商業が一時的に不振におちいったが、朝鮮戦争の特需景気によって大きく回復し、戦後解散に追い込まれた商工会³⁾も1950年には再び組織されることとなった。この商工会は伝統的な関東花火大会や祇園祭りの運営を担ったり、福引きや大売り出しを実施したりすることで商業の振興をはかった。1952年には水海道地域の60店以上の商店が集まって商工協同組合が結成され、売り上げの向上を目指した（水海道市史編さん委員会、1985）。

以上みてきたように、1913年（大正2）の常総鉄道の開通と水海道駅の設置は、水海道地域における商業の中心を河川から鉄道へと変容させた。それにともなって、元来鬼怒川沿いで集積をみた商業は明治期までに形成された近代商業の基盤をもとに、大正期以降、水海道駅前へと面的に拡大してきた。その拡大は諸施設の水海道駅前への立地および移転、商業の面的拡大にみられるように、商業機能の中心が水海道駅前へと移動してきたといえる。

3）自動車交通期—高度経済成長期以降—

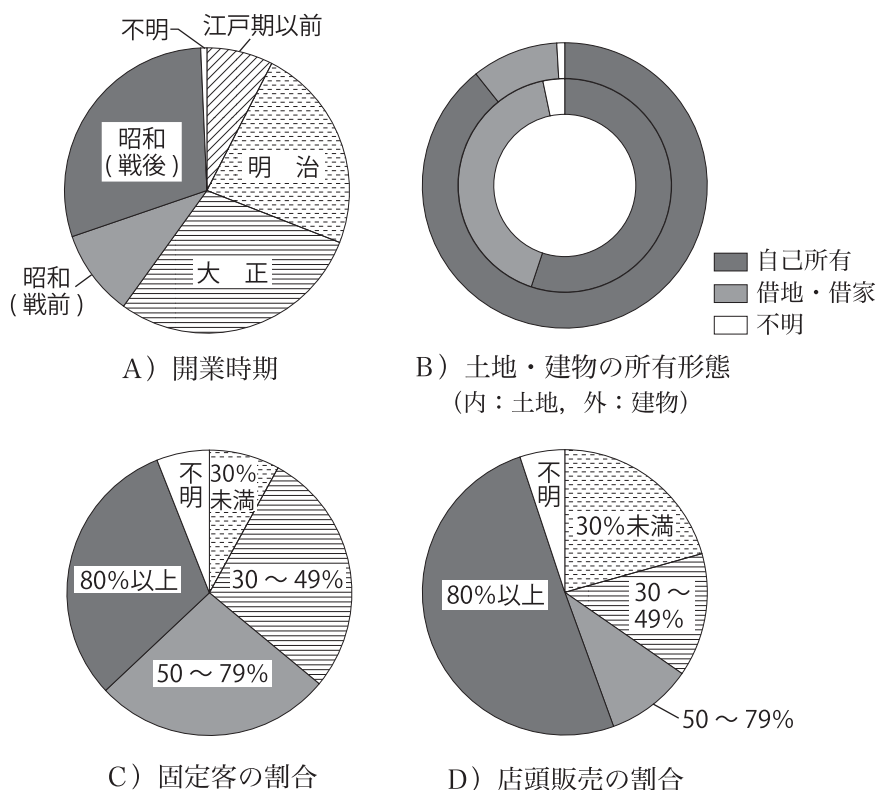
水海道地域は、茨城県の県西地域における商業機能の中心としての機能を果たしてきた。1960年代以降、11の商店会が展開する水海道地域の中心

部にも大型店舗が進出し、周辺市町村に対する商業機能の中心性を高めた。しかし、水海道地域における商業機能は、周辺市町村における人口の増加やそれに伴う商業機能の集積が進む中で、相対的に低下しつつある。

第5図は、1965年2月発行の『水海道市広域商業診断報告書』による水海道地域における中心商店街の店舗の経営形態を示したものである。これによると、開業時期は戦後の昭和期と大正期がそれぞれ約29%で、明治期が次いでおり、第二次世界大戦前から存在する店舗が多い一方で、戦後に開業した店舗も多くなっている。土地と建物の所有形態についてみると、土地については、借地が約40%を占め、建物については約90%が自己所有である。これは高橋ほか（1990）が1980年代末に行った調査でも同様の結果であり、建物は自己所有で、土地は借地であることも多いことが水海道の中心商店街の大きな特徴となっていた。来客については、50%以上が固定客である店舗が約6割を占め、固定客80%以上の店舗も約3割に達する。固定客が各商店にとって重要な顧客となっていたことが指摘できる。販売形態については、店頭販売の割合が80%以上の店舗が約5割を占める一方で、店頭販売の割合が30%未満である店舗も約2割を占めている。これは、各商店が店頭での販売に依存する一方で、江戸時代から続いていた店頭での販売に頼らない卸売主体の販売形態が残存しているものと考えられる。

次に、第2表に示す1974年2月発行の『水海道市広域商業診断報告書』による旧水海道市居住者の品目別の買い物先についてみる。高級衣料、贈答品、時計・メガネ・カメラなどの買回り品については、全品目で水海道市以外での買い物先の割合が水海道市を上回ってはいないことから、周辺市町村に対する水海道市の商業機能の中心性は高いものであったことが指摘できる。

また、水海道地域中心部には1950年代から1970年代にかけて売場面積1,000㎡以上の大型店舗が3軒立地した。このうち1973年3月に開業した協同組合型の大型店である「みつかいどうプラザ」



第5図 水海道中心市街地における店舗の経営形態（1965年）

（『水海道市広域商業診断報告書』（1965年2月）により作成）

第2表 旧水海道市居住者の品目別買い物先割合

（単位：％）

	茨城県						千葉県		東京都	その他
	水海道市	石下町	土浦市	取手市	岩井市	谷田部町	野田市	柏市		
高級衣料	76.2	0.9	8.3	1.5	0.9	0.3	0.9	0.9	9.5	0.6
実用衣料	94.8	1.0	0.3	0.3			1.0	0.3	1.3	1.0
靴・カバン・アクセサリ	88.7	1.1	2.9	0.7	0.4		0.4	0.4	4.7	0.7
化粧品・薬・小間物	93.6	3.2	0.7		1.1					1.4
時計・メガネ・カメラ	86.9	3.0	1.1	0.4	0.7				4.5	3.4
家具・電気器具	86.9	2.1	1.8	1.1	2.1	0.7			2.1	3.2
玩具・本・文具・運動用品	96.0	0.7	1.1	0.4	0.4					1.1
乾物・酒・菓子	93.7	1.4				0.4				4.5
肉・鮮魚・青果物	92.7	2.7		0.7		0.3				3.6
贈答品	86.7	1.1	2.3	0.4		0.8	0.4	0.4		3.0
飲食店利用	93.5	1.2	0.8		1.2				4.9	2.9
理容・美容・クリーニング	90.1	2.4	1.1		1.1				0.4	5.3
平均	90.0	1.7	2.0	0.7	1.0	0.5	0.7	0.5	3.9	2.6

注1）空欄は0.0%であることを示す。

注2）「玩具・本・文具・運動用品」は、合計が100%にならない。

（『水海道市広域商業診断報告書（1974年2月）』により作成）

は水海道地域最大の4,889㎡の売場面積を有し、平面に加え、屋上駐車場も併設していたが、2007年11月に倒産した（写真2）。なお、「みつかいどうプラザ」の開業以降、水海道地域では1990年の

家具店の立地まで大型店舗の進出がみられなかったが、水海道地域周辺の市町村では大規模小売店の進出が1990年代以降相次いだ。特につくば市、守谷市、下妻市、旧石下町、坂東市には店舗面積



写真2 旧みつかいどうプラザ跡（2013年5月
渡邊撮影）

水海道地域の新たな商業上の中心として期待されたみつかいどうプラザは閉鎖され、常総市の管理下にある。商店としての機能は失われたが、現在は常総市が推進する映画や写真撮影用地の誘致である「フィルムコミッション」において盛んに利用されている。

が10,000㎡以上の店舗が立地した。一方で、水海道地域では1990年から2013年現在まで、大規模小売店は5店しか出店していない。

この背景には水海道地域の周辺自治体における宅地開発の進展と人口増加による商圏の変化がある。1966年6月に制定された首都圏整備法に基づき、茨城県南地域の利根川沿いの地域は近郊整備地帯に指定され、1960年代以降の首都圏外縁部での住宅需要の増大もあって、ニュータウン開発が進展した。その中でも最も大規模であったのが、1971年から旧日本住宅公団により取手市、旧守谷町、旧谷和原村、旧水海道市にまたがって建設がはじめられた、開発面積約850ha、計画人口9万の常総ニュータウンであった。このほか、民間デベロッパーによる宅地開発も複数行われた。旧守谷町ではこのようなニュータウンの開発の進展に伴って、耕作地や平地林は住宅団地へと変貌し、整備された幹線道路沿いにはスーパーマーケットやホームセンター、外食チェーンなどの商業施設が開業し、都市的な土地利用が卓越するようになった（田林，2000）。また、水海道地域の東に位置する筑波郡、新治郡の町村では東京にある国の機能の一部移転を目的に、筑波研究学園都市の建設が1963年に閣議了解され進められた。1980年には43の主要な試験研究・教育機関の移転が完了し、1985年には国際科学技術博覧会が開催さ

れ、それに合わせる形で周辺道路の整備も進んだ。1981年4月には常磐自動車道の柏－谷田部インターチェンジ間が開通し、これと同時に水海道地域の中心部から約5kmの位置に谷和原インターチェンジが設置され、国道294号バイパスが水海道地域中心部を迂回して通過するようになった。筑波研究学園都市に含まれる旧桜村（現つくば市）では1985年に西武百貨店と大手スーパーのジャスコが出店した。筑波研究学園都市では、片側2～3車線の道路が計画的に整備されたことや1998年の大規模小売店舗立地法による大規模小売店の出店に関する規制緩和もあり、広大な駐車場を有する大型複合商業施設が相次いで進出した。この結果、かつて土浦市の商圏に含まれていたつくば市は、独立した商圏を形成するまでになった（藤永，2009）。

以上みてきたように、つくば市や守谷市を中心とする宅地開発やモータリゼーションに対応した大規模な商業施設の相次ぐ出店によって、水海道地域を中心としていた商圏は、つくば市や守谷市を中心とする商圏に組み込まれるようになった。

Ⅱ－2 中心市街地の商業の特徴

本節では、現在の水海道地域の中心市街地における商業の特徴について、統計資料や現地調査による土地利用をもとにして明らかにする⁴⁾。

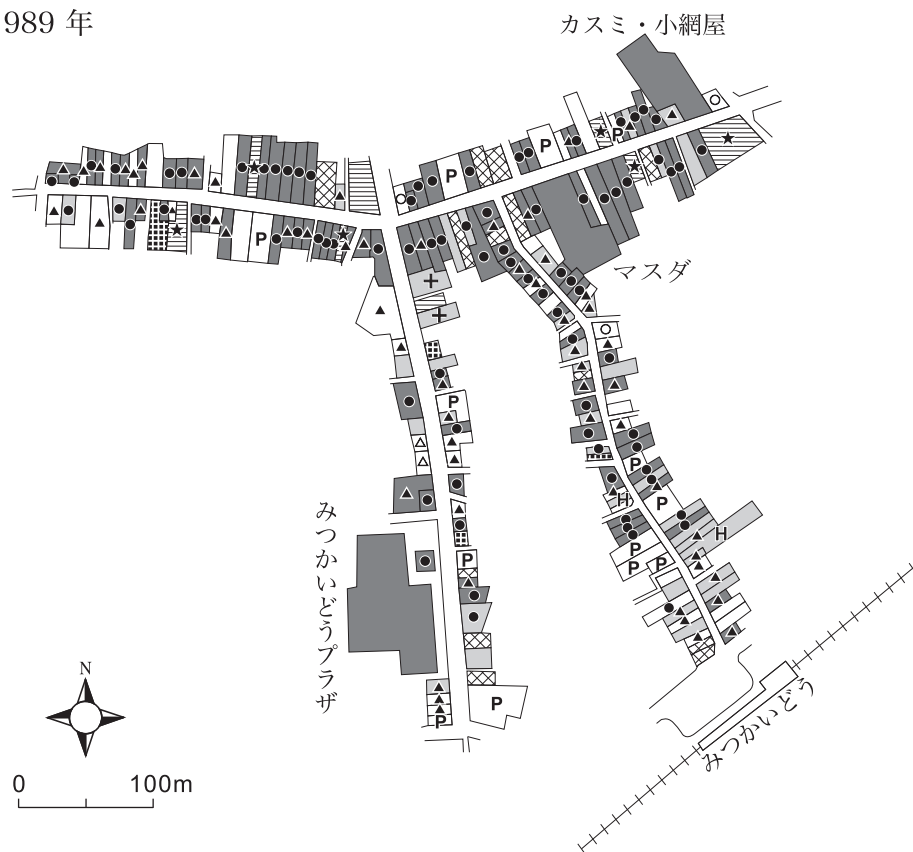
1) 中心市街地における商業環境の変容

水海道地域の中心市街地における商業環境の変容について、宝町大通り、栄町大通り、宝栄サンロード、駅通りの4つの通り沿いに立地している店舗の業種や機能の変化を1989年、1996年、2013年の比較から明らかにする（第6図）⁵⁾。

(1) 宝町大通り

1989年には物品販売小売店が23店、飲食料品販売店、飲食店、銀行が各3店、スーパーマーケット、理容・美容・クリーニング店が各2店、テナントビルが5棟であった。常陽銀行、関東銀行、東陽相互銀行の地方銀行3行のほか、カスミ、マ

1989 年

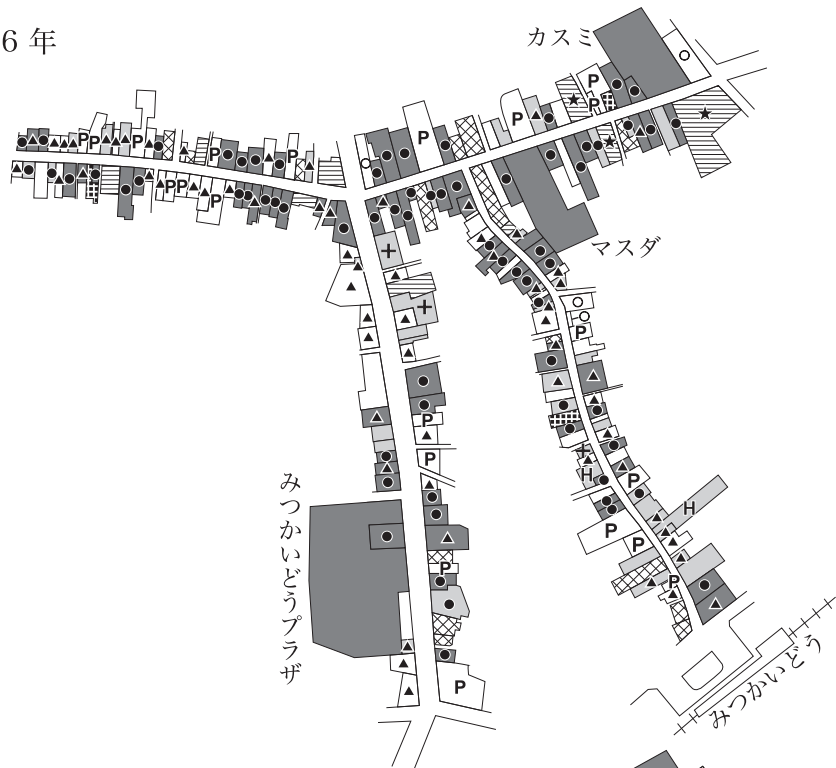


凡 例

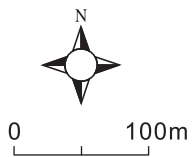
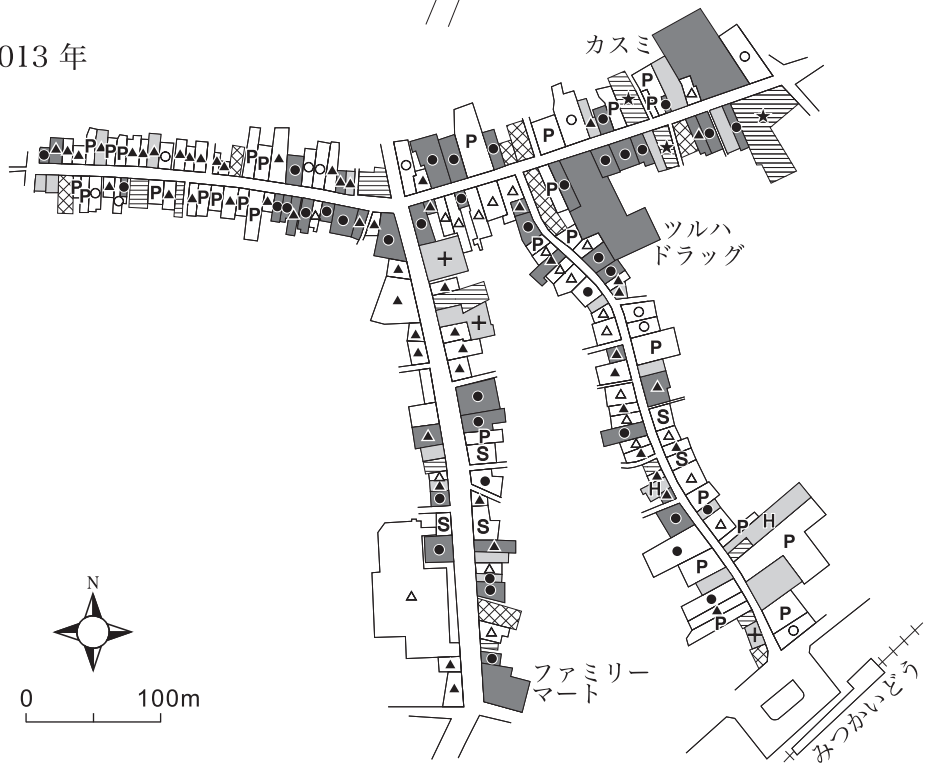
商 業		スーパーマーケット, コンビニエンスストア	サ ー ビ ス 業		飲食店	住 宅		集合住宅
		飲食料品小売業			理容, 美容, クリーニング			空き家, 空きテナント
		物品販売小売業			旅館・ホテル			空き地
		銀 行			医療機関			駐車場
業 務		その他の業務施設			その他のサービス業			不 明
		工 業			テナントビル			その他

第6図 水海道中心市街地における業種構成変化（1989年，1996年，2013年）
（ゼンリン住宅地図（1989年版，1996年版，2011年版）をもとに景観観察，聞き取り調査を行い作成）

1996 年



2013 年



スダなどの地元茨城県資本のスーパーマーケット、1915（大正4）年創業の青木呉服店そして化粧品店、ファンシーショップなどが入居していた「おしゃれのデパート釜忠」などが水海道地域の商業の中心的な機能を担っていた（写真3）。また、マスタ、関東銀行などの店舗利用者用の専用駐車場が3カ所宝町大通り沿いに設けられていた。

1996年には物品販売小売店が19店、理容・美容・クリーニング店、銀行が3店、スーパーマーケット、飲食料品販売店が各2店、飲食店が1店、テナントビルが5棟であった。物品販売小売店が4店減少し、美容室が1店増加した。5店減少した物品販売小売店の取扱品はそれぞれミシン、靴、傘、地下足袋・作業服であった。また、空き店舗が1軒形成され、店舗利用者用の駐車場が2カ所増加し、5カ所になった。

2013年には物品販売小売店が14店、スーパーマーケット、飲食料品小売店、銀行が各2店、飲食店が1店、テナントビルが4棟であった。物品販売小売店が6店、理容・美容・クリーニング店が3店全て、銀行が合併による支店統合で1店、テナントビルが1棟それぞれ減少した。物品販売小売店は6店減少し、1店増加したため全体で5店の減少となった。減少した物品販売小売店の取扱品はそれぞれ洗剤（万屋）、金物、紳士衣料、子ども用品、子ども用玩具、洋品で、増加した1店は印刷店が印鑑店に業種転換した。物品販売小



写真3 宝町大通り（2013年5月 渡邊撮影）

宝町大通りにはスーパーマーケットや銀行が立地するため水海道地域の中心市街地の中でも特に多くの住民がみられる場所になっている。住民の多くは車で来店しており、広くない道のなかで自動車と自転車と歩行者とが交錯する。

売店ではなくなった店のうち、住宅になったものが4軒、空き店舗となったものが2軒であった。また、駐車場が1カ所形成され、6カ所になったほか、常総市に多く居住するブラジル人向けの仕出し弁当店も開業した。

宝町大通りでは、かつての店舗が住宅や空き店舗になったり、近隣店舗の駐車場になったりする傾向がみられた。

（2）栄町大通り

1989年には物品販売小売店が22店、飲食料品販売店が9店、飲食店、美容室が2店、クリーニング店が1店、銀行が1行、テナントビルが1棟であった。住宅は、宝町大通りでは0軒であったが、ここでは7軒あった。ときわ相互銀行の利用者が窓口での待ち時間に近隣の店舗で簡単な食事を購入することもあったという。

1996年には物品販売小売店が17店、飲食料品販売店が5店、飲食店が4店、美容室とクリーニング店が各1店、テナントビルが3棟あった。銀行はこの時まで閉業した。物品販売小売店が5店、飲食料品販売店が4店、美容室が1店減少し、テナントビルが2棟、飲食店が1店増加した。また、住宅が5軒増加し12軒に、駐車場が6カ所増加し8カ所になった。物品販売小売店は6軒減少し、1店増加したため、全体で5軒の減少となった。減少した6店の取扱品は靴が2店、自転車、ガス、ミシン、瀬戸物が各1店で、これらの店舗は住宅に4軒、駐車場に1軒、オフィスビルに1軒それぞれ転換された。減少した4店の飲食料品小売店のうち、物品販売小売店に1店、居酒屋に1店、住宅に1軒転換し、残り1店はテナントビル化した。この時点では空き家や空き店舗はみられない。しかし、店舗が減少し、住宅や駐車場に転換される時期は宝町大通りに比べて早かったようである。

2013年には物品販売小売店が9店、飲食料品販売店が4店、飲食店が3店、クリーニング店が1店、テナントビルが2店であった。物品販売小売店が8店、飲食料品販売店と飲食店、美容室が各

1店、テナントビルが1棟減少した。また、住宅が5軒増加し17軒に、駐車場が4ヵ所増加し12ヵ所になった。初めて空き家と空き店舗も各1軒形成された。減少した物品販売小売店8店は金物が2店、瀬戸物、風呂釜、家具、靴、薬局、メガネが各1店で、これらから住宅に3軒、空き家と空き店舗、倉庫に各1軒に転換した。なお、残りの2軒は不明である。また、減少した飲食料品販売店1店は住宅に転換され、4ヵ所増加した駐車場のうち3ヵ所は住宅から、1ヵ所は美容室からの転換であった。

栄町大通りでは、店舗が住宅や駐車場に転換される時期は他の通りに比較して早かった（写真4）。また店舗が住宅になり、さらに駐車場に転換される事例も3件みられた。

（3）宝栄サンロード

宝栄サンロードは1971年に栄町にあった旧水海道小学校が校舎新築に伴い移転する際に、道路拡幅と土地区画の整理によって完成した道路である。

1989年には物品販売小売店が11店、飲食料品販売店が3店、飲食店と医療機関が各2店、テナントビルがみつかいどうプラザを除いて4棟であった。住宅は8軒、駐車場は5ヵ所あった。1973年開業の大型ショッピングセンターであるみつかいどうプラザは宝栄サンロード沿いに立地していた。



写真4 宅地化と脱商業化が進行する商店街（栄町）（2013年5月 渡邊撮影）

鬼怒川沿いに続く栄町はかつて水海道地域の商業の中核であったが、多くの店舗が廃業している。そのため商店街から宅地への用地転換の進行が顕著にみられる。

1996年には物品販売小売店が10店、飲食料品販売店が3店、飲食店と医療機関が各2店、テナントビルが4棟であった。物品販売小売店は2店減少し、1店増加したため、全体で1店減少した。減少した2店の取扱品は婦人服と文具・駄菓子で、それぞれ不動産店と店舗利用者駐車場に変化した。増加した1店は有料駐車場と寿司店があった敷地に婦人服店が開業したものである。また、同じ物品販売小売業であるが、貴金属店が携帯電話販売店に変化した事例もあった。住宅は3軒増加し11軒、駐車場は1ヵ所減少し4ヵ所であった。住宅になった3軒は鉄工所、八百屋、カルチャー教室からの転換であった。

2013年には物品販売小売店が7店、飲食料品小売店、医療機関が2店、飲食店と美容室が1店、テナントビルが5棟であった。なお、みつかいどうプラザは2007年に閉店している。住宅は増減なしの11軒、駐車場は3ヵ所減少し1ヵ所であったが、空き店舗と空きビルが計3軒、空き地も2ヵ所形成された。空きビルになったのはみつかいどうプラザで、空き店舗になったのは、レンタルビデオ店と携帯電話販売店であり、空き地になったのは刃物店と住宅であった。また、アパートが1軒建設されたほか、ブラジル人経営のレストランも開業した（写真5）。

宝栄サンロードは、みつかいどうプラザ閉店後のテナントビルの空きが目立つほか、1970年代以



写真5 宝栄サンロード（2013年5月 渡邊撮影）

宝栄サンロードは水海道地域のお商店街と異なり歩道が整備されており、道幅も広がっている。古くからの店舗が残存する一方でブラジル人向けの新たな店舗の進出も盛んである。

降に拡張されてきた通りであることもあって店舗数が他の3つの通りより少なく、住宅も栄町大通りに次いで多く、集合住宅の建設もみられたことから、商業機能よりも住宅機能が卓越するようになっているといえる。

(4) 駅通り

1970年代の宝栄サンロード開通前まではこの駅通りが市街地北側へ抜ける主要な通りであったこともあって、宝栄サンロードに比べ、密集して店舗や住宅が立ち並んでいる。また、少なくとも1989年から2011年までは宝町大通りと丁字路から水海道駅方向への一方通行であったが、2013年現在、双方向での通行が可能になっている。

1989年には物品販売小売店が19店、飲食店が10店、飲食料品小売店が7店、クリーニング店が2店、旅館が2軒、美容室と医療機関が各1軒、テナントビルが水海道駅前と宝町大通りと丁字路付近に計4棟、住宅が8軒、駐車場が4カ所であった。

1996年には物品販売小売店が14店、飲食店が9店、飲食料品小売店が7店、旅館が2軒、クリーニング店と美容室、スーパーマーケットのマスダ、医療機関が各1軒であった。減少した物品販売小売店5店舗の取扱品は生花が2店、薬、男性衣料、婦人服が各1店であり、その後住宅、スーパー、タクシー会社に各1軒転換した。残りの3軒は不明である。

2013年には飲食料品小売店が5店、物品販売小売店が4店、旅館が2軒、飲食店、クリーニング店、医療機関が各1軒、テナントビルが2軒であった。物品販売小売店は10軒減少したが、分類上、テナントビルから個別の婦人服店に変わったものが1軒増えたため、全体で9軒の減少となった。減少した9店の物品販売小売店の取扱品は本が2軒、婦人服、洋服全般、洋品、靴、メガネ、男性衣料、たばこ、プラスチック梱包が各1店であった。これら店舗はその後、空き店舗に3軒、住宅に2軒、アパート、駐車場、荒地に各1軒が転換された。また、飲食店が1996年から8店減少し、

その後、空き店舗に3軒、駐車場に2軒、住宅、事務所、不動産店に各1軒が転換された。商業機能以外では、住宅が8軒、アパートが2軒、駐車場が9カ所、空き家や空き店舗が11軒存在する。

駅通りでは、水海道駅から市街地北側に抜ける主要な通りであったことから多数の店舗が軒を連ねていたが、1996年から2013年の間に商業・サービス業とも店舗が半数以下になり、一方で空き家や空きテナントが11軒形成されている。集合住宅や駐車場も増加していることから、宝栄サンロードと同様に、商業・サービス機能よりも住宅機能が卓越する傾向にあるといえる。

以上みてきたように、水海道地域の中心市街地における商業環境は、通りごとの差異はみられるものの、全体として商業・サービス機能が減少し、住宅や駐車場が卓越するようになってきている。一方で、地方銀行などの業務機能も宝町大通りから市役所がある水海道諏訪町方面にかけて複数あることから、周辺地域に対するある程度の中心性は維持されているといえよう。

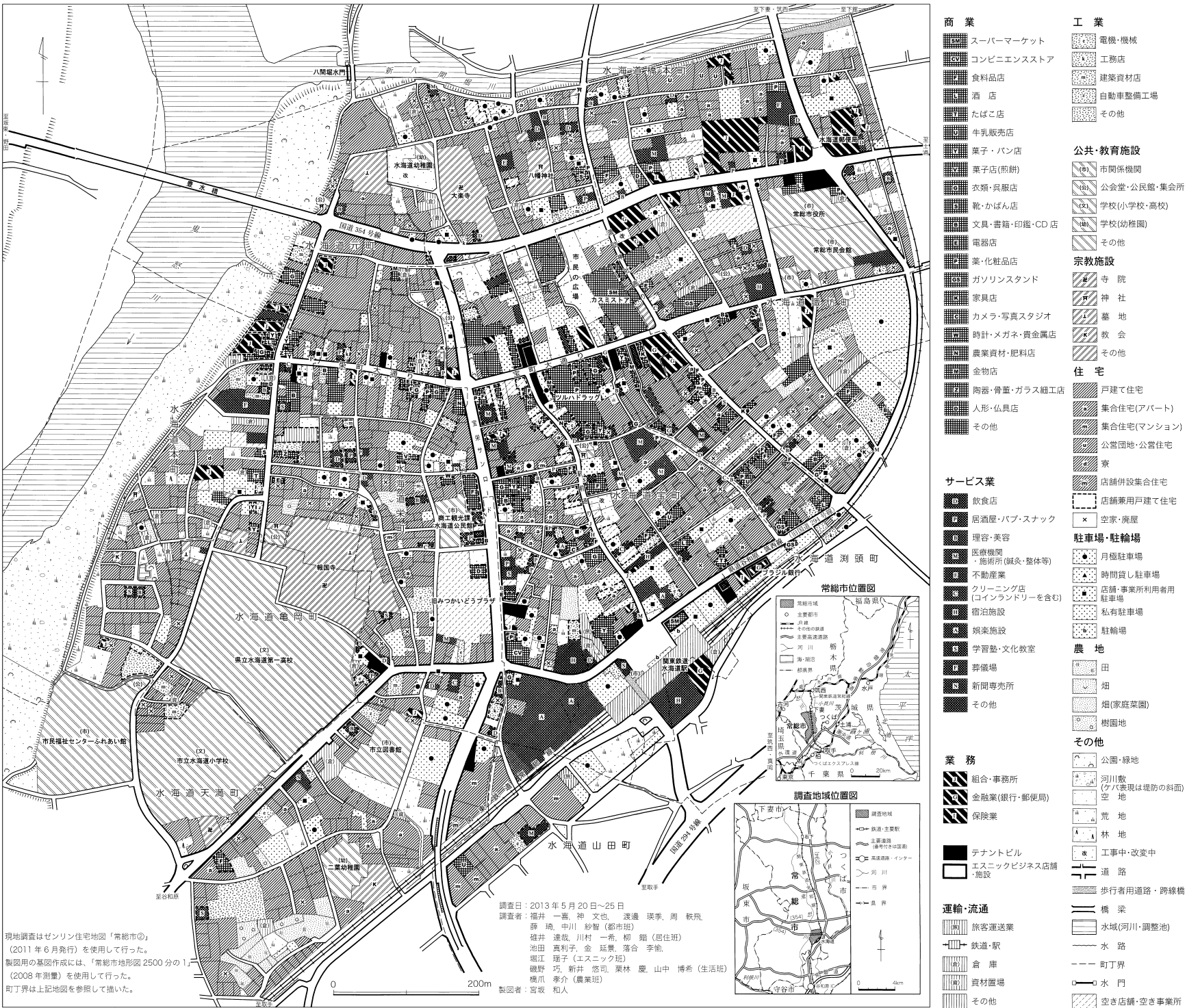
2) 中心市街地における現在の土地利用

第7図は2013年5月に実施した現地調査に基づく常総市水海道地域における中心市街地の土地利用を示したものである。水海道地域の中心市街地は、鬼怒川、新八間堀川、八間堀川、小貝川の3つの河川と関東鉄道常総線に挟まれた範囲に主に展開しており、前節でみたかつての交通インパクトの影響をうかがわせる。

商業・サービス業機能は、水海道宝町、水海道栄町、水海道元町、水海道本町、水海道諏訪町に多く分布している。これら地区の土地区画をみると、水海道栄町、水海道宝町をそれぞれ東西に通る栄町大通りおよび宝町大通りと、水海道宝町内を南北に通る駅前通り沿いでは、短冊状で間口が狭く、奥行きが広い区画が連坦しているという特徴があげられる。また、こうした土地区画の店舗は住宅を兼ねている傾向が強いが、一方で住宅のみの機能になっているものもみられる。

学校・公共施設機能は、中心市街地の南西の常

常総市水海道中心市街地土地利用図



総市立水海道小学校，茨城県立水海道第一高等学校，常総市立図書館，また北東の常総市役所，常総市市民会館などが挙げられ，いずれも比較的広い面積を有し，第7図の中心からはやや離れた位置に立地している。中心市街地の宗教施設については，水海道橋本町と，水海道亀岡町に寺院や墓地が分布している。これらはいずれも比較的大きな面積を占めている。

住宅機能については，宝栄サンロードの西側の水海道栄町，水海道本町では区画の面積が比較的小さい戸建住宅が卓越している。また，水海道宝町，水海道諏訪町，水海道橋本町では，区画の面積は比較的狭いが，戸建て住宅以外にアパートなどの集合住宅が比較的多く分布している。なお，水海道宝町には最近建設されたとみられるアパートも散見される。

駐車場の機能については，中心市街地全体に月極駐車場，私有駐車場，時間貸し駐車場がまばらに分布している。水海道諏訪町にはガス機器会社工場があったが，現在は撤退し，更地の月極駐車場になっている。このように，既存の建物が取り壊されて空き地になり，月極駐車場や近隣の店舗利用者用の駐車場となった区画もある。

また，常総市において特徴的なエスニック・ビジネスを展開する店舗も中心市街地内に分布している。ブラジル人の同胞相手の店舗が中心であり，ブラジル銀行茨城出張所，スーパーマーケット，飲食店，パソコン修理店，教会，仕出し弁当店が1軒ずつ中心市街地に立地している。

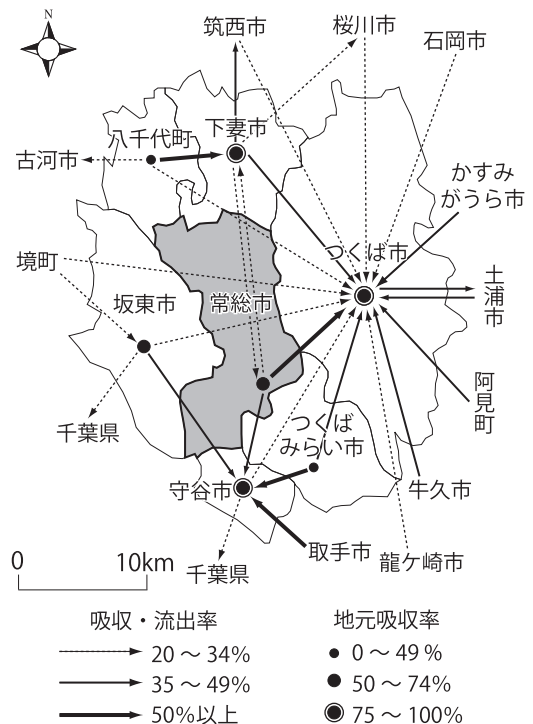
全体として，水海道宝町，水海道栄町など中心部では区画ごとの面積が小さく，商業・サービス業が卓越する傾向にあるが，郊外に向かうにつれて，区画ごとの面積が大きくなり，住宅機能や，学校・公共施設などの商業・サービス業以外の機能が卓越するようになる。

3) 常総市および近隣自治体における購買行動と大型店舗の立地

水海道地域では，モータリゼーションや周辺道路の整備が進むなかで，周辺自治体に多くの大規

模小売店舗が立地してきた。これらの水海道地域を取り巻く状況変化は隣接するつくば市や守谷市への買い物客の流出につながっている。

このことは，常総市および常総市に隣接する自治体における買い物客の市町別の流入率と流出率を示した第8図からも明らかである。常総市は，つくば市，守谷市に買い物客が流出する傾向にあり，流出率はいずれも40%を上回っている。特につくば市については，紳士服，婦人服などの買回り品のほか，食料品などの最寄品についても流出率が50%を越えていることから，買い物全般について大きく依存する傾向にある。常総市民の常総市内での買い物客としての定着度合いを示す地元流入率をみても，55.2%と決して高いことからも，買物行動は他の地域に依存している。また，つくば市は，土浦市，牛久市，境町など多くの自治体からの買い物客を吸収していることから，商圏が茨城県南部と西部の広域にわたって広がって



第8図 常総市および近隣自治体における買い物客の流入・流出率（2012年）

（『2013年茨城県生活行動圏調査報告書』により作成）

いることがわかる。常総市もこうしたつくば市の流入力の影響下におかれているといえる。

第9図は、2012年7月現在の常総市および常総市に隣接する市町における店舗面積1,000㎡以上の大規模小売店舗の立地分布を示したものである。水海道地域の中心市街地においては、宝町大通り沿いでは、1959年6月にスーパーマスタ、1968年10月にカスミストア水海道店（現・フードマーケットカスミ水海道店）、小網屋が開業した（写真6）。1973年3月には宝栄サンロード沿いに地元主導の協同組合型ショッピングセンターのみつかいどうプラザ（2007年11月倒産）が開業した。1990年代になると、郊外の国道294号バイパス沿いの水海道淵頭町にマスタが移転、また染谷家具を核とする淵頭ショッピングパークも1991年に開業した。これ以降、水海道地域の中心市街地での大規模小売店舗の立地はみられない。国道294号沿いには自動車でのアクセスに対応した郊外型のチェーンストアが多数立地しているものの、水海



写真6 カスミ水海道店（2013年5月 渡邊撮影）

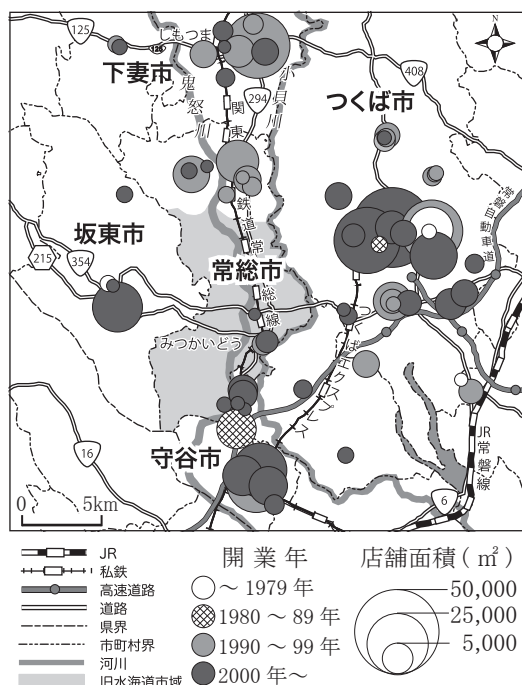
宝町に立地するスーパーマーケットであり、水海道地域の住民の買物行動を大きく支えている。住民の多くは自動車で来店しており、宝町大通りに面した店舗正面に広い駐車場を有している。

道地域の中心市街地での大規模小売店舗の増加は緩慢であった。

一方、常総市の周辺自治体では、多くの大規模小売店舗が立地してきた。特に1990年代から2000年代には数多くの大規模小売店舗が進出しており、1990年代から2000年代の進出店数をみると、常総市水海道地区では4店であるのに対し、常総市石下地区では8店、八千代町では2店、下妻市では7店、つくば市では28店、つくばみらい市では8店、守谷市では7店、坂東市では6店となっている。このうち、店舗面積が10,000㎡を上回る店舗は、つくば市と守谷市に各4店、下妻市、坂東市、常総市石下地区に各1店存在する。つくば市、つくばみらい市、守谷市での大規模小売店舗の増加は、2005年のつくばエクスプレス線の開業に伴う人口増加や沿線開発の進展による影響が指摘できる。

また、常総市および周辺自治体の大型店舗においては数十台から数千台の駐車場を有している。収容台数は多数の店舗で400台未満であるが、1,000台以上有する店舗も12店あり、このうち8店はつくば市に所在する。最大となる4,000台収容の店舗もつくば市に2店ある。このことから自動車が主な来店手段と位置付けられていることがいえる。

こうした守谷市やつくば市のような、常総市周辺の自治体における鉄道交通開業に伴う大規模小売店舗の増加は、水海道地域における買い物行動



第9図 茨城県南西部における大規模小売店舗の分布

（『2013年茨城県生活行動圏調査報告書』により作成）

の変化に大きな影響を及ぼしたと考えられる。

Ⅲ 中心市街地の商業経営

水海道地域における中心市街地の商業展開について、主に宝町大通り、駅前大通り、宝栄サンロードの3つの商店街において聞き取り調査を行った（第3、4表）。調査した商店は、需給チャネルの差異および卸売業の実施と大口顧客の有無から「小売・飲食・サービス業」と「大口顧客・卸売業」に大別した。そのなかで、売上の多くを大口顧客が占める店舗や、卸売業を営んでいる店舗を「大口顧客・卸売業」とし、それ以外の、店舗内で即時かつ直接に財・サービスの供給を行う店舗を「小売・飲食・サービス業」とした。

Ⅲ-1 小売・飲食・サービス業

1) 商業経営と類型の特徴

調査を行った「小売・飲食・サービス業」の商業施設は32店あり、このうち小売のみを行う店舗は18店、サービス業のみを行う店舗は2店、飲食業は5店、小売およびサービス業の両方を扱う店舗は7店である。小売のうち、食料品を扱う店舗が最も多く、パン屋、茶販売店、煎餅店、八百屋、乾麺店の5店が数えられ、つづいて衣料品・服飾・装飾品を扱う店舗が、眼鏡屋、衣料品、婦人服店2店の計4店である。その他小売には、ペットショップ、雑貨屋、人形店、瀬戸物屋2店、切手・印紙販売店、はんこ屋、医薬品小売店、化粧品店の9店が存在する。対してサービス業のみ扱う店舗の種類は少なく、クリーニング店と理容店の2店である。小売・サービス業の両方を扱う店舗には、オーダーメイド服販売・服直し、着物販売・着物レンタル、雑貨販売・占い、家電販売・電気工事2店、メガネ・時計販売・修理、写真関連商品販売・写真スタジオが含まれる。

開業年で見ると、番号10(元禄年間)と番号1(江戸時代末期)の2店が江戸時代の開業であり、全店舗のなかで最も歴史が長い。明治時代では8店、大正時代では3店、昭和(戦前)では7店、昭和(戦

後)では7店の開業がある一方、1990年代では2店、2000年代では2店と、近年になるにつれて新規開業が減少していることがわかる。

労働力構成については、3人以内が28店で、本類型のうち87.5%を占めていることから、小規模な店舗経営がほとんどである。労働力が9人と最も多い番号9は、つくば市などに支店を複数展開する会社の本店であるため、他の店舗に比べて規模が大きい。借地・借家の店舗には、それを理由としていずれ廃業を考えている店舗も存在する。

土地・店舗の所有形態を見ると、土地の自己所有率は62.5%であり、店舗の自己所有率は84.3%である。職住一体の店舗は62.5%であり、家族経営的な性格を示している。別居住の店舗は、番号9や番号18のように、支店を展開しているような会社の本店である場合や、番号2や番号24のように、借地・借家で店舗を開いている場合がある。

経営者については、40代が2名、50代が4名、60代が10名、70代が11名、80代が2名となっており、60代以上が全体の75%を占める。サービス業および飲食店の場合、いずれの経営者も都内や近隣県で数年の修行を経ている。後継者については、21店(65.6%)が無または未定と回答している。中心市街地に存在する飲食店は少ないが、これらのうち後継者が存在するのは、番号28の寿司屋のみである。小売・飲食・サービス業全体で経営者の高齢化と後継者の不在が課題となっている。

今後の経営方針については、意欲的に継続が8店(25.0%)、無難に継続が11店(34.3%)、いずれ廃業が11店(34.3%)であり、意欲的に継続したいと考えている店舗が少ない。

売上最盛期については、バブル期である1980年代が最も多く、次いで高度経済成長期である1970年代までという回答が多い。しかし、これらに対して番号1のように変化がなく、売上が堅調に推移している店舗や、番号25のように、2000年代まで売上が好調であった店舗も存在する。

営業時間についてみると、9:00から10:00に開店する店舗が19店(59%)で、閉店は18:00から19:00が24店(75%)と最も多い。一方で、業態

第3表 調査対象商店の基本情報（1）

分類	番号	基本情報							経営変化		経営主と後継者			
		開業年	業種	営業時間	定休日	労働力 (内家族)	土地	店舗 形態	業態 変化 (戦後)	改装 移転 回数	経営者	代	修行の場所	後継者
小売・サービス・飲食業	1	江戸	食料品	9:50～19:00	水	3(3)	自	自 一体	0	1以上	70代・男	5	東京	40代
	2	1994	食料品	10:00～16:00	火・水	1(1)	借	借 別	0	0	70代・女	1	茨城	無
	3	明治	食料品	9:00～19:00	火	3(3)	自	自 一体	-	1	70代・男	3	無	無
	4	1911	食料品	9:00～18:30	日	2(2)	自	自 別	1	1	70代・男	3	不明	無
	5	大正	食料品	8:00～18:30	火	3(3)	自	自 一体	0	1	50代・男	3	茨城	20代
	6	明治	服飾	9:30～18:30	火	3(3)	自	自 一体	0	1	70代・男	3	東京	40代
	7	1992	服飾	10:00～19:00	火	5(0)	借	借 別	0	0	60代・男	2	群馬	未定
	8	1980	服飾	10:00～18:00	無休	2(0)	自	自 別	-	1	支店	-	無	未定
	9	1951	服飾	10:00～19:00	水	9(2)	自	自 別	0	2	50代・男	2	茨城	20代
	10	明治	雑貨	10:00～19:00	火	3(1)	自	自 一体	0	2	70代・女	3	無	10代
	11	戦前	雑貨	7:30～19:00	無休	2(2)	自	自 一体	1以上	1以上	60代・男	3	無	無
	12	1930	雑貨	9:30～19:30	水	2(2)	自	自 別	1	2	50代・男	3	無	20代
	13	明治	雑貨	9:30～18:00	無休	2(2)	自	自 一体	0	1	80代・男	3	無	無
	14	元禄	その他	8:00～19:00	無休	1(1)	自	自 一体	-	1	70代・女	17	無	無
	15	1936	その他	9:00～19:00	無休	3(3)	自	自 一体	1	1	70代・男	3	無	40代
	16	明治	その他	9:00～18:00	不定	2(1)	自	自 一体	-	2	80代・女	6	東京	無
	17	大正	その他	9:30～18:00	火	1(1)	自	自 一体	0	1	70代・女	5	無	無
	18	1892	その他	10:00～18:00	土・日	2(1)	借	自 別	0	1以上	60代・男	5	東京	未定
	19	1933	小売・サービス	顧客に対応	不定休	2(2)	借	自 一体	0	1	60代・男	2	東京	無
	20	1935	小売・サービス	10:00～19:00	水・木	6(2)	自	自 一体	0	0	40代・男	3	千葉	未定
	21	2011	小売・サービス	13:00～17:30	日	1(0)	借	借 別	-	-	60代・男	1	東京	未定
	22	1945	小売・サービス	10:00～18:00	火	2(2)	自	自 一体	0	1	70代・男	2	東京	無
	23	1950	小売・サービス	9:00～18:30	日	3(2)	借	自 一体	0	1	50代・男	3	東京	無
	24	1895	小売・サービス	9:00～18:30	無休	2(2)	借	借 別	-	-	50代・男	3	東京	未定
	25	1953	小売・サービス	8:00～18:30	木	5(3)	自	自 一体	2	5	60代・男	2	東京	40代
	26	1967	サービス	8:00～19:00	日	1(1)	借	自 一体	-	1	70代・男	1	東京	無
	27	1913	サービス	8:00～19:00	月・火	3(2)	借	自 一体	0	0	80代・女	3	東京	有
	28	昭和	飲食	11:00～22:00	火	3(3)	自	自 一体	1	1	60代・男	3	群馬	30代
	29	1971	飲食	11:00～21:30	月	3(2)	自	自 一体	0	1	60代・男	1	東京・茨城	無
	30	1976	飲食	11:30～14:00 17:00～22:00	火	2(2)	借	自 別	0	1	60代・男	1	茨城・東京	無
	31	2011	飲食	11:00～15:00 18:00～4:00	日・月	3(0)	借	借 別	0	0	40代・男	1	無	未定
	32	明治	飲食	12:00～17:00	月	2(2)	借	自 不明	4(時期不明)	1	60代・男	4	東京・群馬・神奈川	無
大口顧客・卸売業	33	1916	小売	10:00～18:00	火	不明	自	自 一体	-	1	60代・男	3	群馬	無
	34	明治	小売	10:00～適宜	不定休	2(2)	自	自 一体	0	1	70代・女	3	無	50代
	35	1869	小売	9:00～18:30	無休	3(1)	自	自 一体	1	1	70代・女	4	無	未定
	36	1909	小売	8:30～18:00	日・祝	3(3)	自	自 一体	1	1以上	50代・男	3	東京	無
	37	1870頃	小売	9:30～18:30	日	2(2)	自	自 一体	1	1	70代・男	3	無	40代
	38	2003	小売	10:00～18:00	火	1(0)	借	借 別	0	0	60代・男	1	茨城ほか	未定
	39	明治	小売	9:30～19:30	無休	4(2)	自	自 一体	0	1	70代・男	3	無	40代
	40	1962	サービス	5:30～23:30	無休	2(2)	自	自 一体	0	1	70代・男	2	無	無
	41	1941	サービス	8:30～18:30	無休	2(2)	自	自 一体	0	1	70代・男	2	東京	無
	42	大正	サービス	宿泊客に対応	不定休	8(4)	自	自 一体	0	1	70代・男	3	神奈川	40代
	43	1928	サービス	宿泊客に対応	無休	2(2)	自	自 一体	0	1	70代・男	3	無	無
	44	1925	サービス	8:00～19:00	日	2(2)	自	自 一体	1以上	1	70代・男	3	東京	30代
	45	1923	サービス	9:00～19:00	木	3(3)	自	自 別	1以上	1	70代・男	3	無	有
	46	1930頃	食料品卸売	8:00～19:00	火	不明	自借	自 一体	0	1以上	70代・男	4	無	未定
	47	1917	印刷	9:00～18:00	日	37(3)	自	自 一体	0	2	50代・男	3	東京	20代
	48	1924	食料品卸売	8:00～19:00	日・祝	7(3)	自	自 一体	0	2	50代・男	3	-	無
	49	1895	食料品卸売	2:00～16:00	不定休	5(3)	自	自 一体	0	1	60代・男	4	無	30代
	50	戦前	葬儀・花火卸売	7:00～18:30	無休	5(2)	自	自 一体	1	-	70代・女	4	-	30代

(注) - : データなし

(聞き取り調査により作成)

第4表 調査対象商店の基本情報（2）

分類	番号	売上				来店者		
		方針	売上最盛期	繁忙期	閑散期	繁忙期と閑散期の理由	男女比	常連客 年齢層
小売・サービス・飲食業	1	1	変化なし	特になし	7～8月	-	4:6	30% 60代
	2	3	～2011年頃	4～5月	8月	新茶の時期の需要増と夏季の需要減	1:9	80% 50～70代
	3	2	1985年頃	1, 8, 12月	それ以外	帰省者への土産需要	2:8	80% 60代～
	4	3	1970年頃	不明	不明	-	不明	80% 60代～
	5	1	1980年代	1～8月	9～10月	夏の需要増とその準備	3:7	80～ 50代
	6	2	1980年頃	10～11月	それ以外	-	4:6	90% 70代
	7	1	2003年頃	12月	4月	冬物衣料の需要増	2:8	70% 30代～
	8	2	1989年	4, 8月	2月	バーゲン期に繁忙	0:10	90% 50～60代
	9	1	不明	2, 5, 9月	それ以外	季節の変わり目	1:9	90% 10～80代
	10	2	1980年頃	特になし	特になし	-	1:9	90% 70～80代
	11	3	1960～1980年代	5～6, 8, 11～12月	それ以外	季節の変わり目や盆, 年末の農家需要	8:2	80% 40～50代
	12	2	1980年頃	1, 3, 11月	それ以外	各季節商品需要	4:6	50代後半 ～60代
	13	3	1980年代末	6～7, 11～12月	それ以外	中元, 歳暮ニーズによる繁忙	5:5	80% 20～50代
	14	4	1965年頃	特になし	特になし	-	2:8	90% 60～70代
	15	3	1980年代	3月	7～8月	-	9:1	80% 50～70代
	16	3	1980年	12月	2, 5月	農家の田植え期における需要減	5:5	90% 60代～
	17	3	1980年頃	1, 12月	2, 8月	年末年始は年賀状関連需要の増	3:7	70% 50～60代
	18	不明	2007年頃	3～4月	8月	新年度に需要増	5:5	80% 50代
	19	3	1980年代末	特になし	2, 8月	-	5:5	90% 50代～
	20	2	1980年頃	1～5月	8月	成人式関連の需要増	1:9	50% 20～50代
	21	1	不明	特になし	2～3月	-	1:9	不明 20～50代
	22	3	1964～1975年頃	6～8月	それ以外	夏季に使用する家電製品への対応需要	7:3	90% 65～70代
	23	2	1980年代末	7～8月	冬季	-	3:7	90% 60代～
	24	2	1987～1988年	なし	特になし	-	4:6	70% 50代
	25	1	1992年～2002年	春～秋	2月	行楽シーズンに需要増	4:6	50% 60代～
	26	3	1980年代頃	5～7, 9～10月	それ以外	季節の変わり目に需要増	4:6	90% 50代
	27	2	1970年代	7～8月	1月	-	8:2	90% 80代
	28	1	～2008年頃	7～8月	それ以外	祇園祭や花火大会関連需要	8:2	80～ 90% 50代
	29	2	2000年頃	2～3月	それ以外	料理店への出前需要増	7:3	80% 50代～
	30	2	1976～1986年頃	1, 12月	特になし	新年会・忘年会による需要増	6:4	90% 50代～
	31	1	2013年	12月	特になし	年末の学校教員や市役所職員等の宴会	1:9	80% 30代半ば
	32	3	1980年代	なし	特になし	-	3:7	90% 60代
大口顧客・卸売業	33	3	1985年頃	2～3月	それ以外	新学期による需要増	6:4	0% 10～20代
	34	2	1980年代末	秋～冬季	5～9月	学校制服関連需要	5:5	90% 40代～
	35	2	1950～1960年代	3～4月	5～6月	新学期の学校関連需要増	6:4	50%～ 60～70代
	36	2	1985～1990年頃	長期休日前後	特になし	-	4:6	90% 60～80代
	37	2	1980年代末	特になし	特になし	-	3:7	80% 60代～
	38	不明	変化なし	1, 3, 5, 8月	7月	彼岸・盆の需要増	6:4	90% 70～80代
	39	2	1990年頃	3月	それ以外	新学期による需要増	6:4	70% 40代～
	40	3	1960年頃	4月	3, 7～8月	学校関連需要の季節変化のため	5:5	90% 10代
	41	2	1980年代	10～1月, 2～5月	それ以外	成人式および学校関連需要	5:5	不明 20代～
	42	2	1985年頃	12月	特になし	年末の宴会需要	8:2	30% 40～60代
	43	3	～1955年頃	特になし	特になし	-	10:0	80% 40～50代
	44	2	1965年頃	3, 4月	特になし	-	不明	不明 不明
	45	1	1980年代	11月	2, 8月	七五三関連の仕出し料理の需要増	4:6	50% 40～60代
	46	2	1985年頃	1, 7～8, 12月	それ以外	正月・盆・歳暮に伴う需要増	5:5	70% 60～70代
	47	1	1997年	特になし	2, 8月	-	-	- -
	48	1	1980～1990年代	1～2, 7～8, 11～12月	それ以外	年末の忘年会や贈答用の需要増	2:8	98% 40代
	49	2	不明	特になし	特になし	顧客が固定しているため	不明	不明 不明
	50	3	1980年代末	6～8月	それ以外	花火大会シーズンの花火販売需要	7:3	80% 40～70代

注1) - : データなし

注2) 方針1 : 意欲的に継続, 2 : 現状維持, 3 : いずれは廃業

(聞き取り調査により作成)

等の諸要素の影響を受けた営業時間もみられる。実際に番号19のように、決まった営業時間を定めずに、顧客に合わせて店を開けている店舗も存在する。また、番号13の雑貨屋の主な顧客が周辺の農家であり、農作業に出かける前の時間帯に来客が見込めるため、7:30開店と最も早い開店時間となっている。飲食店では、11:00から12:00の昼食前に開店し、21:30から22:00まで営業を続けている店舗が多い。番号31は、飲食店の中で唯一翌4:00まで営業を続けており、この背景には、番号31が2011年に開業した店舗であることから、若手経営者による意欲的な経営が行われていることが挙げられる。

繁忙期については、各店舗によって異なっている。例えば年末年始に贈答用の需要が高まる番号3の煎餅店や番号17の瀬戸物屋、4月から5月に新茶の需要が高まる番号2の茶販売店や7月から8月に冷蔵庫やクーラーの需要が高まる番号22の電器店など、店舗の繁忙期は取り扱っている商品やサービスの特性に左右される。このことは、年間の売上構成のうち多くを獲得する特定の時期を、店舗ごとに有していることを示唆している。

2) 商業施設の経営事例

①家電販売・電気工事店（番号23）

番号23の店舗は1950年に開業した、水海道地域では比較的新しい店舗である。業務内容は家電製品の販売およびそれに関連する各種サービスの提供である。家族経営的な経営形態で、従業員数3名のうち1名が50代のパート従業員である他は、50代の経営者と40代であるその妻で構成される。現在の経営者は3代目で、学卒後東京都内で家電製品販売業に携わった後、現店舗の経営に参加した。営業時間は9:00から19:00までとなっており、休日は日曜日を基本とし、家族経営的であることから家族および業務の都合に合わせて適宜設定している。店舗は自己所有で経営者家族は職住一体であるが、土地は借地である。店舗は1988年に改装したものであり、これ以前にも創業以来一度改装を経験している。1988年の改装は店舗で取扱う

家電製品メーカーの担当者より、販売促進を兼ねた店舗改装の提案を受けたためである。

番号23が提供する商品およびサービスは創業以来時代に合わせて変遷している。開業当時はラジオや白黒テレビを水海道地域内の顧客へ小売販売していたが、その後はカラーテレビや冷蔵庫、洗濯機やエアコンの販売を行うというように、提供する商品を発展させてきた。2000年代半ば以降はテレビの地上デジタル放送への移行に対応する商品の販売を行なっている。

現在ではこうした家電製品の店頭販売機能は縮小し、乾電池や照明等のより小型の消耗品類の販売や、長年のなじみ客に対する家電製品利用のサポート業務が中心である。特に、以前より水海道地域内に居住する単身高齢者のニーズが残存しており、これに対応することが業務上大きな位置を占めている。すなわち、単身高齢者の場合、家電製品の修理のみならずその使用方法や電池交換等、家電製品を利用する際の様々な側面で他者の協力を必要とするが、そこに家族の協力を得られないため、以前から利用していた番号23の店舗のサポートを必要とするケースが多くみられている。この場合番号23は顧客から電話を受けて顧客の住宅まで直接訪問しサービスを行う。こうしたニーズをつなぎとめるため、番号23では以前から月に一度程度行う店頭でのチラシ配布の際に常連客とのコミュニケーションを図っている。これは家電製品関連でのトラブルに遭遇した際の連絡先として常連客の記憶に残ることを予期したものである。また店頭に来店した際にも常連客にはお茶を出すなどのインフォーマルなサービスも行っている。実際に顧客のうち常連客が90%を占め、年齢層でみても60代以上の高齢者が中心である。さらに顧客の90%以上が水海道地域内に在住しており、自転車ないしは徒歩での来店が中心で、近隣に居住する高齢の常連客が来店者の中心であると思われる。

このように高度経済成長期以降家電製品の販売を行ってきた番号23では、取扱製品を取り巻く状況や水海道地域内の居住者の変化に対応しなが

ら、店頭での小売販売機能から、販売後の長期的なサービス提供へと機能を変化させ、水海道地域内に残存する単身高齢者のニーズを満たしている。

②写真関連商品販売・写真スタジオ（番号25）

番号25の店舗は1953年に創業した写真撮影スタジオおよび写真関連製品販売店であり、宝町大通りに面して立地している。従業員数は5名で、60代の現経営者とその妻、および跡継ぎである40代の長男の他、パート従業員が50代後半と60代の2名存在する。営業時間は8:00から18:30で、定休日は木曜日である。土地と店舗ともに自己所有であり経営者夫妻および長男は職住一体である。

この店舗は2000年代半ばまでの大口顧客として、工事関連業者を有していた。工事業者は、建設や道路工事等において現場の写真を市役所に提供する必要があり、その写真の撮影や現像等の業務を2000年代半ばまで広く受注していたのである。これを含めて現在では常連というべき顧客が全体の半数を占める。こうした来店者の多くは水海道地域内のものであり、ほとんどが自動車での来店である。

経営方針では1990年代半ばまで一貫して業務規模拡大を志向し、実際に現在まで5回以上の改築により、店舗面積を開業当時の約15㎡から約330㎡まで拡大した。また1970年代半ばには坂東市の大店舗に支店を出店している。こうした業務規模拡大は、2代目である現経営者によって主に行われてきた。この経営者の意欲的姿勢は、大規模かつ先進的な技術や設備を次々に提供サービスへ導入してきたことに表れている。実際に1977年には当時最新の自家現像機を導入し、現経営者によれば当時極めて希少であった写真現像の1時間仕上げを実現した。この短時間現像は一般店舗の5倍の現像枚数を実現できるため売上が拡大し、1980年代半ばまで店舗のサービスの目玉として地域から注目されてきたという。1990年代にも当時流行したいわゆる「プリクラ」を店内に導入し若年の顧客を多数獲得したほか、ダビング機器の導入に

よるVHSのダビングサービスや、PCとインターネット普及を予期した、インターネットを経由するオンデマンドプリントサービスの構築などを行ってきた。

これらの取組の一方で1990年代半ば以降は、写真印刷が各家庭のPCとプリンターで行われるようになり写真印刷の需要が減少してきた。しかしこうした背景の元でも大口顧客の存在を背景として、各種機械設備や若年層向け新サービスの導入など、現経営者の提供サービスの拡大への取組はある程度結実したといえる。

③煎餅店（番号3）

番号3の店舗は、明治時代末期に水海道宝町で開業した煎餅製造販売店である。従業員は3代目にあたる70代の経営者とその妻、および4代目にあたる跡継ぎである40代の息子の3名で構成されており家族経営の形態である。5代目以降の後継者については未定である。営業時間は9:00から19:00で、定休日は火曜日となっている。土地・店舗ともに自己所有で、職住一体である。

番号3は、高度経済成長期以降、主に贈答用の煎餅を製造しているため、品質の向上や商品の保管管理の品質維持に力を入れている。具体的には新粉（しんこ）と呼ばれる生地を機械ではなく天日で乾かすなど、伝統的な製法を守っているため、通常1、2日でできるような製品も1～2週間かけて製造し、大判で味の濃い煎餅を製造している。また外国米や澱粉を用いたコスト削減は行わない。多品目展開はしておらず、数種類の煎餅をサラダ味、ザラメ味など味に変化をつけて販売している。販路については、スーパーや百貨店等の量販店には卸しておらず、ほぼ100%店頭で小売販売をしており、広告・宣伝などは実施していない。こうした経営の背景には、経営者自身が、新しいことには関心がなく今までの方針で続けたいという思いを持っているためである。一方で、後継者の息子は、新しい投資や販路拡大などに前向きであり、世代間での経営方針の違いが見受けられる。

繁忙期は、年末年始や彼岸、盆、年度初めおよび年度末であり、これらは帰省客のお土産の需要が高まるためである。同様に祇園祭や花火大会の際にも来客が多少増加する。帰省の際のお土産としては、1,000～1,500円ほどの商品を購入する顧客が多く、お中元やお歳暮としては、2,000円前後の商品を購入する顧客が多く存在する。

来店者については、8割以上が常連客であり、市内に住む60代以上の来店者が最も多い。交通手段としては、自動車による来客が多いため、次期経営者は今後、自動車で来店する高齢者が来店しやすいように店舗前に駐車場を設けたいと考えている。

以上のように、番号3は品質にこだわり、個性化を図ることで経営を維持しており、主に高齢者の贈答用品として水海道地域の内部に残存するニーズに対応しつつ、水海道地域の出身者にとっては、お土産品として「水海道」を冠する質の高い商品が購入できるという優位性を保持している。

Ⅲ-2 大口顧客・卸売業

1) 商業経営と類型の特徴

調査を行った「大口顧客・卸売業」の店舗は18店あり、このうち小売業店舗は7店、サービス業店舗は6店、卸売業店舗は5店である。小売業店舗の内訳は、学生服販売店、調剤薬局がそれぞれ2店、教科書・書籍販売店、花屋、文具店がそれぞれ1店であり、サービス業店舗の内訳は、旅館がそれぞれ2店、自転車預かり所、写真館、金物店、鮮魚・仕出し料理店がそれぞれ1店である。卸売業店舗としては、味噌製造販売店、印刷業、酒類卸、牛乳販売・配達、葬儀・季節用品・造花・花火販売店が挙げられる。大口顧客の種類として、学校（番号33・34・35・40・41）、病院（番号36・37）、葬儀場（番号38）、工業団地（番号39）、工事関係者（番号42・43）、不動産屋等（番号44）、結婚式場・旅館（番号45）があげられる。これら大口顧客は、学校や病院を除いては、市内のみならず市外の広い範囲に存在している。

開業年でみると、明治時代が6店、大正時代が6店、昭和（戦前）が4店、昭和（戦後）が1店、1990年代以降の開業が番号38の花屋のみである。新規開業は少なく、明治から戦前までの開業が多い。

営業時間については、店舗によって差が大きく、番号42と番号43の旅館では、宿泊客に対応しており、チェックインやチェックアウトの時間は厳密に定めていない。番号49の牛乳配達では、未明の2:50から配達をはじめている。番号40の自転車預かり所では、5:30から23:30と早朝から夜遅くまで営業をしており、通学者へ便宜を図っている。

労働力構成については、3人以内が10店（55.5%）であり「小売・飲食・サービス業」と比較すると、低い値となっている。その理由として、小売・飲食・サービス業と比較して、番号42の旅館など大口顧客が存在する店舗や、番号48の酒類卸など卸売業ではより多くの人手が必要であることが考えられる。4人以上は6店（33.3%）であり、その中でも番号47の印刷業は37名ととりわけ多くなっている。その理由として、番号47が株式会社の形態をとっている大規模な企業であることと、登記簿上は水海道宝町に本社をおいているが、実質の本社機能は水海道橋本町にあり、そちらと合わせての従業員数となっているためである。

土地・店舗の所有形態については、土地の自己所有率は88.8%で、店舗の自己所有率は94.4%であるように、ほぼ全てが土地・店舗共に自己所有となっている。借地・借家であるのは2003年に開業した番号38の花屋のみである。職住一体の店舗は88.8%であり、こちらも前類型と比べて高い数値である。別居住であるのは、借地・借家である番号38の花屋と、番号45の鮮魚・仕出し料理店の2店のみである。

経営者については、番号46の味噌製造販売店で最も若い30代であり、50代が3名、60代が3名、70代が11名となっている。60代以上が全体の77.7%で、とりわけ70代が全体の61.1%となっており、経営者は概して高齢である。後継者につい

では、9店（50%）が無または未定と回答している。「小売・飲食・サービス業」と比較してやや低い数値であるものの、後継者の不在は「大口顧客・卸売業」でも課題となっているとわかる。

経営状態については、売上最盛期をみると、バブル期と高度経済成長期が多く、2000年代に売上最盛期を迎えた店舗は存在しない。繁忙期・閑散期についてみると、番号33、34（いずれも学生服店）、35（教科書・書籍販売店）、40（自転車預かり所）では3月から4月であり、これは学校を大口顧客として有しているため、年度替りの時期に需要や契約変更等が集中するからである。一方、番号49の牛乳配達店のように、顧客との契約が固定的であるため、繁忙期・閑散期は存在していないケースもみられる。今後の経営方針については、意欲的に継続が3店（16.6%）、無難に継続が10店（55.5%）、いずれ廃業が4店（22.2%）となっており、意欲的に継続しようと考えている店舗は少ないものの、いずれ廃業と回答した店舗の割合も「小売・飲食・サービス業」と比べて低く、無難に継続できる店舗が比較的多いといえる。

2）商業施設の経営事例

①金物店（番号44）

番号44は1925年（大正14）に創業した金物店である。現在は現経営者で70代の男性と跡継ぎである30代後半の息子の2名で経営されている。土地および店舗ともに自己所有で職住一体の生活形態である。

金物店は調理器具など生活用品を取扱うものと建築資材類を取扱うものとに大別されるが、番号44では建築資材類から屋内利用器具へと取扱品を遷移させてきた。戦後間もない頃には近隣に存在した養鰻場関連の工事業者の需要に対応し、鎌やスコップ、釘や針金といった建築資材を中心に取扱った。その後1970年代になると需要が変化し取扱品の中心は鍵へと変容した。鍵を取扱うのは、経営者が学卒後都内の鍵業者での修行経験を有しているためである。

現在ではこの鍵関連業務が経営の中心となって

おり、バイクや自動車の販売業者や不動産業者など企業を顧客にした鍵制作を行なっている。これら顧客企業から電話による鍵製作の依頼を受けた後、後日来店した際に顧客へ作成した鍵を渡すという形態をとる。顧客のうち特に不動産業者は集合住宅の建設時に部屋数分の鍵需要が発生することや、既存不動産において入居者の入替に伴う鍵変更の需要が存在するため、より安定した大口の顧客として位置づけられている。個人客の鍵需要も存在し、これは合鍵作製が中心であり、1日に20から30人程度が来店する。この合鍵需要には常総市に多数居住するブラジル系住民のものも多く存在する。ブラジル系住民は世帯あたりの構成員数が比較的多いことから合鍵需要も多いという。こうした業務特性により、明瞭な閑散期が存在しない一方で、繁忙期は3月や4月といった鍵の交換需要の発生する時期となっている。

このように鍵関連業務はその顧客が法人と個人とに分かれるが、両者は売上構成比上それぞれおよそ5割程度である。法人客による依頼元は牛久市のものが最多で取手市や柏市が続くのに対し、個人客はその多くが水海道地域内からの来店であり、法人客と個人客とで異なる地域のニーズに対応していることがわかる。

以上みてきたように番号44の店舗では店頭販売の機能は大きく縮小されている。そのため現在店頭販売で取扱う金物は現経営者が自ら厳選した比較的高級で少数の調理器具等の家庭用品であり、これが実際に購入されるケースは極めて少ない。これは経営基盤としては鍵関連業務による比較的安定的な収入を獲得しているものの、歴史を有する地域の代表的金物店として、高品質な本来の金物商品を店頭に配置するべきであるという、現経営者のこだわりが背景として存在するためである。

②鮮魚・仕出し料理店（番号45）

番号45は、1923年（大正12）に水海道諏訪町に魚問屋として開業した。開業当時は魚問屋として茨城県下館市（現筑西市）の業者に魚を納めていたが、1932年（昭和7）に鮮魚店に業態を転換し、

1965年頃から仕出し業も開始した。現在は仕出し料理の卸売が売上全体の約半数を占めており、茨城県北相馬郡藤代町（現取手市）の結婚式場や水海道地域周辺の割烹旅館と契約をしている。9:00から19:00まで営業しており、毎週木曜日を定休日としている。従業員は、現在の店主であり3代目にあたる70代男性と、配偶者の70代女性、息子の40代男性という家族3名の構成である。後継者は息子の40代男性である。土地・店舗共に自己所有であるが、店舗と居住地は別である。1997年に老朽化のため店舗の改装を経ている。11月には七五三の仕出し料理の需要が増加するため、繁忙期となり、2月と8月は閑散期である。常連客は約半数を占めており、年齢層では40代から60代が最も多い。自動車による来店が最も多く、常総市内だけでなく、つくば市や取手市からの来店も多い。

番号45の小売においては、スーパー等の量販店との差別化を意識している。たとえば、常連客には惣菜や刺身を一人前から無料で配達するなどのサービスを行っている。またスーパー等の量販店には値段の安さでは敵わないが、その分商品の高い鮮度をアピールし、その維持を努力している。さらに30年ほど前からオリジナルの塩辛を販売しており、つくば市や取手市など遠方から買い求めに来る顧客も多数存在している。千姫まつりにも、まつり開始当初から参加しており、ここでは利益は度外視し、地域に協力するために参加をしている。

このように、小売業から卸売業へと業態が変化していき、現在では卸売業による売上の割合が上昇している。仕出し料理を市内だけでなく、周辺市外の結婚式場や割烹旅館と契約して大口の顧客を確保することによって、経営の持続を図っている。さらにこれらの方で、店頭での小売においては独自の工夫と努力によって、より高品質な商品の提供を行っていることが番号45は特徴づけられる。

③牛乳販売・配達店（番号49）

番号49の店舗は、1895年（明治28）に水海道地

域内唯一の牛乳配達・販売店として創業した。現在でも牛乳の配達と卸売を行っており、大手乳業企業の製品を取り扱っている。この業態により営業時間は2:00から16:00ないしは17:00と他店と大きく異にしているが、配達および卸売の業務は午前中に終了する。現在の労働力は全体で5名であり、うち3名を家族労働力が占める。その内訳は60代で4代目の現経営者および60代であるその妻、30代の息子で、息子は後継者となっている。元々家族経営的性格が強いため現経営者も学卒後すぐに労働力に加わっている。土地店舗ともに自己所有であり家族は職住一体で経営している。改装に関しては住居を2008年に改装した他、1975年に仕事場を改装した。これは設備の老朽化に合わせ、より大規模な冷蔵庫を導入するためであった。

店頭販売を行なうケースは極めて少なく、年間でも1、2回のみである。卸売は1980年代の時点でスーパーマーケットと個人商店、およびコンビニエンスストアを対象にしており、この時点で卸売が販売チャネルとして非常に大きな位置を占めていたとわかる。現在の卸売は水海道地域および旧岩井市、つくば市のミニスーパーおよび個人商店が対象であり、卸売の規模は縮小した。そのため現在では卸売よりもむしろ配達による売上が大きく、配達は売上全体の60%から70%を占めている。配達は個別住宅を対象とする家族単位での契約のものと、「おさめ」と呼称される大口顧客への一括契約とが存在する。配達先の半数は水海道地域内であり、その他としてはつくばみらい市や守谷市内の住宅および施設が存在する。主な大口顧客は老人養護施設および医療機関、幼稚園および保育所などである。このように、比較的固定的な顧客を有するため、明瞭な繁忙期や閑散期は存在しない。

番号49は大手乳業会社の系列販売店であることから、本社主導で行われる大規模なセールス営業研修等を受けることが可能である。今後の経営としては若い後継者や大口顧客が存在することから、前述の本社主導の研修も利用した経営維持を志向している。

Ⅳ 水海道地域の中心市街地における商業特性

本章では、水海道地域の中心市街地における商業特性を分析する。まず中心市街地で行われる商業に関する地域的取り組みを検討する。ここでは水海道地域の中心市街地で実施されるイベントの「水海道祇園祭」と「水海道千姫まつり」、および常総市商工会による商業振興策である「常総プレミアム商品券」を取り上げ、これらの取組が地域の商業機能へいかに関わるのかを分析する。そのうえで、これまでの検討をふまえ、需給チャネルの役割から、水海道地域の中心市街地における商業特性を考察する。

Ⅳ－１ 商業に関わる地域的取り組み

１）水海道祇園祭

水海道祇園祭は、毎年7月中旬に中心市街地で行われる祭礼で、八坂神社の例大祭とされている。水海道祇園祭は、約700年前、現在の常総市小山戸町の小山戸天王という社で担がれていた神輿に対抗して、現在の常総市水海道森下町の森下観音の一角にあった八坂神社でも神輿が担がれるようになったことにはじまるとされる。

水海道八幡神社は、戦国時代には水海道城主田村弾正の守護神として祀られていたが、1577年（天正5）の後北条氏との戦いにより城主が戦死し、次第に荒廃していった。その後、水海道村名主秋葉権左衛門や村民五木田弥次兵衛が再興のため奔走し、1677年（延宝5）に字八幡畑から現在の地に遷座され、水海道村の鎮守とされた。また、水海道天神社は、菅原道真を祭神とし、後村上天皇の御代（1339～1367年）に創祀されたと伝えられており、水海道城主田村弾正一族の氏神として崇拝されてきた。しかし、現在水海道地域には、八坂神社はなく、1915年（大正4）5月まで存在した八坂社からスサノオノミコトが遷御され合祀された水海道八幡神社と水海道天神社の祭礼として水海道祇園祭は行われている⁶⁾。

現在の水海道祇園祭は神事を含めると土曜・日曜をはさんだ4日間に渡って行われている。第5

表に2013年の水海道祇園祭の構成を示した。初日の午前10時には、水海道八幡神社にて神輿神具改めを行い、2日目の正午には本殿からスサノオ神を神輿に移す御霊入が行われ、午後1時には本社神輿として水海道地域内を練り歩く神輿渡御がはじまる。この本社神輿の練り歩きが神事としての水海道祇園祭の中心である（写真7）。現在の本社神輿は、1858年（安政4）に旧水海道町の大商人たちが資金を調達し、中古の神輿を江戸にて100両で購入したものである。午後8時には水海

第5表 水海道祇園祭の構成内容（2013年）

日付	時刻	内 容	場 所
12 日 (金)	10:00	神輿神具改め	八幡神社
13 日 (土)	12:00	御霊入	八幡神社
	13:00	本社神輿宮出 《神輿渡御》	八幡神社
14 日 (日)	20:00	宵神楽	市民の広場
	13:00	御仮屋出立 《神輿渡御》	宝町会館
	19:30 { 20:45	突き合わせ	宝町交差点
	17:00	神輿神具引渡	八幡神社

（常総市観光協会Web サイトおよび聞き取り調査により作成）



写真7 水海道祇園祭における渡御（2013年7月渡邊撮影）

祇園祭では午前中に神輿の渡御が行われ、所定のルートをまわる。神輿は非常に重く、担ぎ手どうし交代しながら渡御を行う。そのため各地区ごとにより多くの担ぎ手が求められる。

道宝町と諏訪町にまたがる市民の広場で宵神楽を行う。3日目は、2日目で渡御を行っていない地区をまわり、午後7時30分からは宝町交差点で、祭り最大の見どころである「突き合わせ」が行われ、神輿と山車が一同に集合する（写真8）。4日目には、水海道八幡神社で神輿神具引渡が行われ、終了となる。

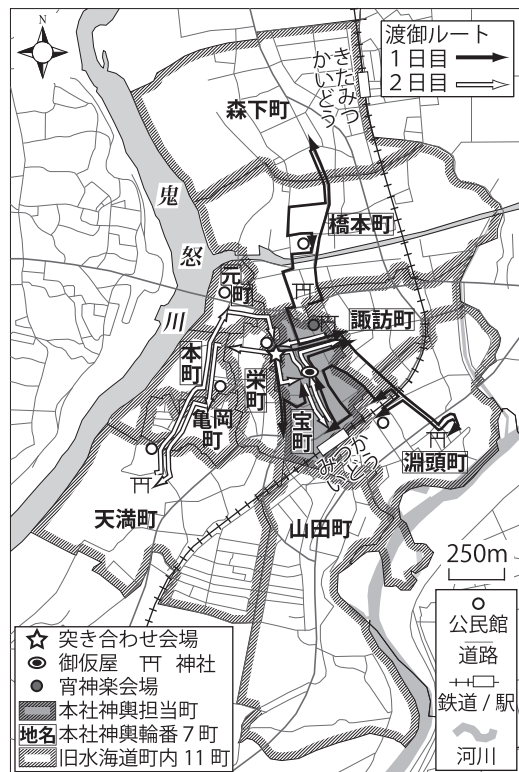
本社神輿渡御は、氏子である宝町、諏訪町、橋本町、淵頭町、元町、本町、栄町の7町の順に毎年輪番で担当する。また、本社神輿の出発地は水海道八幡神社と水海道天神社の交替で毎年行われている。このため、毎年神輿の拠点となる御飯屋の位置や神輿渡御のルートに若干変更が生じる。第10図には、宝町が本社神輿を担当した2013年の渡御ルートを示した。1日目と2日目で渡御ルートが異なり、また水海道地域内を広く練り歩いていることが分かる。渡御の途中の地区公民館や神社では、祝詞があげられる。本社神輿とは別に、御獅子、四神圈、御宝剣、触太鼓、さらに旧水海道町を構成していた11町⁷⁾の山車のほか、子供会や全国から集まる神輿同好会による神輿渡御も独自に行われる。

神輿や山車の担ぎ手は、中心市街地の商店主及びその子どもや孫が中心である。神輿は、本社神輿1基、青年会の神輿2基、同好会10基の計13基で、山車は20基ある。このほか、非公式の神輿同好会については現在10団体存在する。これらは40



写真8 水海道祇園祭における宝町交差点での「突き合わせ」の様子（2013年7月 渡邊撮影）

夜の宝町交差点で行われる突き合わせはイベントとしての水海道祇園祭のなかで最大の山場であり、歩行者天国の宝町交差点には多くの見物客が集まる。



第10図 水海道祇園祭における担い手地区と本社神輿の渡御ルート（2013年）

（常総市観光協会Webサイト及び聞き取り調査により作成）

年程前から結成されたが、最近10年間で急増している。

また、水海道祇園祭は、神輿神具改めと神輿神具引渡を除くと、現在実質的に2日間に渡って行われているが、これは年々開催期間を短縮されてきたものである。すなわち、1960年代半ばまでは5日間にわたって実施されていたが⁸⁾、これが1970年頃には3日間、そして1975年頃に現在の2日間に短縮された。現在はこの2日間、宝町大通りと宝栄サンロードが夕方を中心に車両通行止めになり、露店も数多く出店する。

水海道祇園祭は、年1回水海道地域の中心市街地で行われる伝統ある一大イベントであり、これにかかる住民の思いは非常に強く、会場であり、その運営の中心的主体が存在する中心市街地の中心性を表象しているといえよう。

2) 水海道千姫まつり

水海道千姫まつりは、2001年から行われている中心市街地の活性化を意図したイベントで、千姫の誕生日が4月11日であることから例年4月中旬に開催される。

千姫とは1577年（慶長2）に山城国伏見で徳川二代將軍秀忠と織田信長の妹お市の方の第三女阿江与との間に生まれ、徳川家康の孫娘にあたる人物を指す。7歳で秀頼と政略結婚させられ、大坂城に入った。千姫は、1615年（慶長20）の大坂夏の陣において、落城寸前の大坂城から助け出されるなど、悲劇の人物として語られている。

常総市にはこの千姫の墓が豊岡町に存在することから、千姫は常総市ゆかりの人物として位置づけられている。江戸城で死亡した千姫の墓は弘経寺に存在するが、これは、弘経寺中興の上人であった十世照譽了学上人が家康をはじめ江戸幕府の代々の將軍の信頼が厚かったことや、千姫が落飾する際に戒師を務めたこともあって、弘経寺が千姫の菩提寺となったことによるものである。弘経寺には移築された竹橋御殿の一部も存在する。

このような背景から、全国的に知られた千姫をもとに水海道地域のイメージアップにつなげ、また中心市街地の活性化に寄与しようと、2001年からTMOの水海道まちづくりネットワークを中心として水海道千姫まつりを開催しはじめた⁹⁾。これ以前にも、毎年秋に「オータムフェスティバル」という水海道地域の中心商店街の活性化を目的とした、商店会主体のイベントが存在した。水海道千姫まつりはイベントとしてはこのオータムフェスティバルが発展したものであるために、祭礼的性格は薄く、むしろ地域活性化の方策としての性格を色濃く有しているのである。そのため水海道千姫まつりは、開催当初は商店会が主体となって運営されていた。しかし次第に商店自体の後継者が減少してきたことや若い世代の商店の担い手が育たないこともあって、常総市商工会の協力を得つつ、運営の主体は商店会から常総市や常総市観光協会に移っていった。

従来、祭りの開催場所は弘経寺および水海道中

心市街地全体であったため、会場が数カ所に分散し、また一部道路を車両通行止めにしていて、また、千姫まつりの目玉である千姫さま行列という千姫とその従者のパレードも昨年までは中心市街地を練り歩く形態をとっていた。これらの形態は、目玉であるパレードが中心市街地のみの限定された空間で展開されるのに対し、会場自体は分散していることから、パレードの行われない会場においては十分な集客が見込めず、そうした会場で運営を行う商店にとっては運営上の負担に対する経済的利益やイベントの盛り上がりを実感できず、運営側への不満をまねいた。そこで2013年からは宝町大通りに隣接する「市民の広場」というまとまった土地を確保できたこともあり、会場を弘経寺と市民の広場に集約した。また千姫さま行列も会場の市民の広場内のみに変更され、車両通行止めを行う道路もなくなった。千姫さま行列を構成する人数も近年は高額な衣装代などもあり、減少している（写真9）。

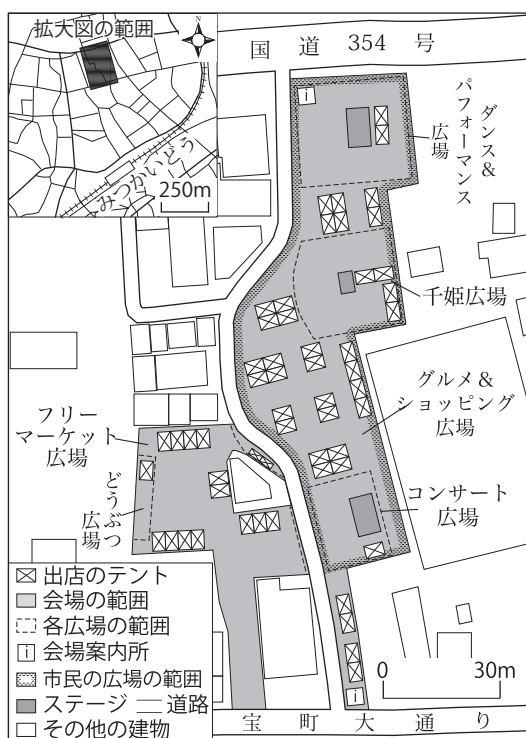
会場内では、常総市民優先のテナント形式の露店の出店のほか、フリーマーケット、サークルや常総市内の小中学校の金管バンドや吹奏楽部の発表などが行われている（第11図）。出演・出店団体は常総市内からが大半を占めている。サークル発表は応募制であるが、発表を行う団体は毎年ほぼ同じ団体が占めている。

同じ団体のサークル発表が毎年行われること



写真9 水海道千姫まつりにおける「千姫さま行列」（2013年7月 渡邊撮影）

観光大使である「千姫さま」の行列は水海道千姫まつりのメインイベントであり、各種催し物が行われる中で、水海道地域内外から選ばれた複数名の「千姫さま」が会場内をまわっていく。



第11図 水海道千姫まつりにおける会場図
(2013年)
(現地調査及び案内パンフレットにより作成)

は、サークル活動の発表の場としての役割を水海道千姫まつりが果たしているとともに、サークルという形での地域コミュニティが水海道地域においてある程度維持されていることを示唆しているといえよう。発表の場として水海道千姫まつりが水海道中心市街地で開催されているという意味では、水海道中心市街地に一定の中心性があるといえる。しかし、開催主体の中心が各商店から市へと移りつつあることから、今後市と各商店との垂直的な関係がより重要になるといえる。

3) 商工会の取り組み

常総市商工会では、2010年から2012年の3年間、「常総プレミアム商品券」という常総市内の店舗で利用可能な商品券を作成した。この商品券は、1,000円券9枚と500円券4枚の計11,000円がセットになったものが1万円で販売されている。常総市商工会では、この商品券を3年間で毎年

1億1千万円分ずつ作成・販売した。実際には毎年1億円で販売するので、差額となる1千万円と事務手数料600万円は常総市の税金によって賄われている。商品券の販売場所は、商工会の水海道、石下の各事務所のほか、特別販売所として常総市内8店のショッピングセンターや常総市役所本庁舎、石下庁舎が指定された。

商品券は、プレミアム商品券の加盟店で利用でき、例えば、2011年の発行分は、常総市内の422店、つくば市内の1店で使用可能で、使用期限は2011年11月14日から2012年3月31日までであった。商品券が使用可能な店舗にはチェーン展開している店舗も含まれており、スーパーマーケットが11店、コンビニエンスストアが6店、ホームセンターとドラッグストアが各2店、ファストフード店と家電量販店が各1店指定されていた。このうち、商工会指定の大型店は7店が含まれる。

商品券が使用される業種は、常総市内でも大型店の利用は1,000円券9枚中4枚に限定され、水海道地域内の小規模商店への配慮がみられる。商品券を発行した3か年全体における利用金額をみると、水海道地区では、「ガス・ガソリン・石油製品」が約10%を占め最も多く、「食料品・菓子・コンビニ」、「商工会指定の大型店」がそれぞれ約8%、約7%とつづく。「ガス・ガソリン・石油製品」が最多となっている背景としては、商品券の発行が毎年11月であることから、ガソリンのほか灯油などの燃料購入にあてられたことが考えられる。一方、石下地区では、「食料品・菓子・コンビニ」での使用金額が約20%を占め最も多く、次いで約11%、約7%を占める商工会指定の大型店、家具・寝具・電化製品が挙げられる。

こうした常総市商工会の取り組みは、常総市内の店舗に対し、地元への利益還元という点では一定の効果を有していると考えられる。2012年の発行分は発売開始から6日間で売り切れになり、後日、使用済み商品券がほぼ100%回収されていることから消費者側の商品券へのニーズは極めて高い。しかし、寒さが厳しくなる11月に商品券の発行日が設定されていることから、その購入費がガ

スや石油製品に偏っていることが課題といえる。

そのため、常総市を地元とする店舗に対しての利益還元を重視するのであれば、商品券が使用できる店舗をさらに絞り込むほか、大型店で使用できる商品券の金額を減額する、あるいは発行時期をずらすなどして、商品券により明確な役割をもたせることが必要になってくるであろう。

Ⅳ－２ 需給チャネルからみた商業特性

これまでの分析に基づき、需給チャネルの役割から、水海道地域の中心市街地における商業特性を検討する。

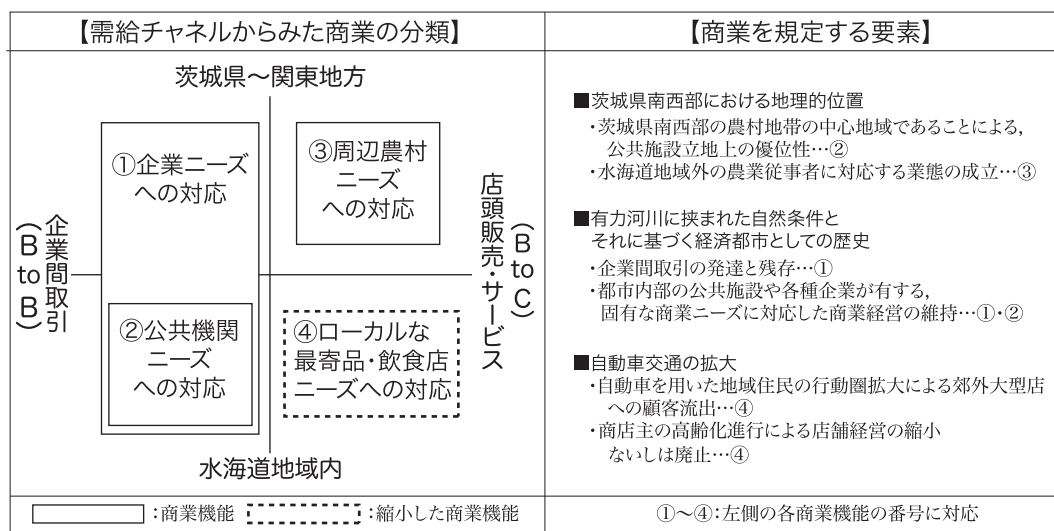
近世以来、水海道地域における中心市街地の商業機能は、地域をとりまく交通の変化から影響を受けてきた。江戸期から明治期にかけての河川交通期においては、江戸時代初期より隆盛した鬼怒川水運を利用した物資集散が、経済都市としての水海道地域の基盤となった。江戸期には、関東地方北東部および東北地方と江戸とを結ぶ卸売業が発達するとともに、関連小売業の発展を牽引した。明治時代に入ると、これら産業の企業化の進行や銀行の設立など、商業機能が近代化した。

1913年（大正2）の常総鉄道開通に端を発する鉄道交通期には、中心市街地の商業機能が面的に拡大し、地域内に有する産業の業種が拡大し、小

売業が成長した。この新たな小売業群は水海道地域周辺に広がる農村部と結びついた。商業機能の発達にともない、水海道地域には町役場や警察署、郵便局や学校といった公共施設が設置された。

戦後になると、高度経済成長期以降の自動車交通期において、中心市街地の商業機能が縮小した。モータリゼーションの進行にともなう買物行動の広域化と近隣自治体への大型店進出は、中心市街地に店舗の減少や宅地への転換といったインパクトを与えた。こうして、自動車期における商業機能は首都圏の商業機能に包摂されつつ（高橋ほか、1990）縮小した。しかし水海道地域の商業機能の担い手は現在でも努力を続けている。それは水海道祇園祭や水海道千姫まつり、地元商工会主導の商業振興策に表れており、これらは中心市街地の中心性を維持し、また間接的に商業機能を維持することにつながっている。

これまでの検討をふまえて、現在の水海道地域における中心市街地の商業特性を示した（第12図）。水海道地域における中心市街地の商業は小売を中心とした店頭での販売・サービス提供と、店頭では実施されない、卸売を中心とした企業間取引とに分けられる。さらに、商業が担っているニーズは水海道地域の内・外で分けられる。この2軸から、水海道地域の中心市街地における商業



第12図 需給チャネルからみた水海道地域の中心市街地における商業特性

には、①企業ニーズへの対応、②公共機関ニーズへの対応、③周辺農村ニーズへの対応、④ローカルな最寄品・飲食ニーズへの対応の4種が存在するといえる。

①の企業ニーズへの対応は水海道地域内外の一般企業を対象とする取引である。この企業間取引は水海道地域内および茨城県内のみならず、関東地方各地の企業と結びついて、商店経営の維持に寄与している。②は水海道地域内に存在する学校や病院、警察署といった公共機関を大口顧客として財・サービス供給を行うものである。これら①、②の企業間取引は、中心市街地の商業が、企業や公共機関を通じてローカルなニーズに対応する一方で、広域なニーズにも対応していることを示している。

③は店頭販売・サービスによる、水海道地域周辺の農業従事者へのニーズ対応である。これは買回り品を中心に、中心市街地の特定の商店が有する特定の商品やサービスを求めた、農業従事者による長期的あるいは定期的な購買に対応するものである。最後に④は水海道地域内部の、商店近隣の住民のローカルな日常生活需要を満たそうとするものであり、これは自動車交通期以降、縮小してきた。④を主とする商店は、絶対的な顧客減のなかで、提供する商品やサービスの高付加価値化や差別化を、技術向上や経営工夫によって実現しながら、経営存続を図っている。

こうした各商業を規定する要素として、茨城県南西部における地理的位置、および有力河川に挟まれた自然条件とそれに基づく経済都市としての歴史、そして自動車交通の拡大の3点が挙げられる。

水海道地域は茨城県南西部の農村地帯の中心都市であったため、かつての教育機関等の公共施設の設置やその拡大といった面で優位性を持っており、これらの公共施設が今日、少なくない商店の企業間取引先顧客として②の商業の維持に関与している。また水海道地域外の農業従事者と水海道地域内の商店との大正期以来の結びつきは、現在でも③による商店経営上の重要な収入源をもたら

している。

有力河川に挟まれた自然条件とそれに基づく経済都市としての歴史は、①の、水海道地域内外の企業ニーズへ対応する業態を今日まで発達および残存させてきた。さらに、水海道地域内部に存在する公共施設や各種企業の固有な商業ニーズは、経済都市としての歴史を背景とするものであり、①や②の商業の存続に寄与している。

自動車を用いた地域住民の行動圏拡大は、買物行動の郊外大型店への流出や、それと並行した商店主の高齢化を背景とした店舗経営の縮小ないしは廃止を進行させた。このことは④に示した水海道地域内部を対象とした日常生活ニーズへ対応する商業を縮小させている。

今日の水海道地域では、商店の需給チャネルに注目すると、店頭販売・サービス提供を通じた商業は縮小していることがわかる。むしろ、水海道地域の中心市街地における商業の中心は卸売をはじめとした企業間取引といえる。

これらの検討より、首都圏外縁部中心市街地の商業特性として、小売を中心とした近隣住民への店頭販売・サービス提供の縮小と、企業間取引を通じた地域内外の商業ニーズ対応の存続が指摘できる。

V. おわりに

本稿では、茨城県常総市水海道地域を事例に、商店の需給チャネルの役割から、首都圏外縁部中心市街地の商業特性を明らかにしてきた。

水海道地域における中心市街地の商業機能は近世以来、河川から鉄道、自動車という交通環境の変容から影響を受けた。その結果として、近世以降、商業都市として繁栄した水海道地域の商業機能は縮小した。

こうした状況下でも現在残存する商店は努力を続けている。商店の需給チャネルに注目すると、中心市街地の商業機能の現在の中心は、卸売を中心とした企業間取引であることがわかった。この企業間取引は、水海道地域内部では、公共機関等

を通じてローカルなニーズを満たすとともに、水海道地域外での一般企業との取引を通じて、関東地方レベルの広域なニーズを満たしていた。現在、水海道地域の中心市街地に存立する商業機能は、企業間取引を中心に、ローカルなニーズだけでなく広域なニーズにも対応しながら存続している。

これらは首都圏外縁部の小都市における中心市街地の維持可能性に関わる要素である。水海道地域では中心市街地のみならず各商店街において、商店数そのものの減少と宅地化が認められ、商店街という空間利用を維持することが困難になっている。こうした状況下では、近年注目されるような小商圈を前提とした業態の新規参入者が求められ、実際に水海道地域でも商店街において、こうした商店が数件みられた。

水海道地域の中心市街地において、企業間取引を行う商店は、店頭での販売およびサービス提供を、商業上の利益獲得手段よりも、むしろ商店の象徴的存在として認識している。すなわち水海道地域における中心市街地の商店には、企業間取引で利益を十分に確保しつつ、商店街という空間利用を維持するために、売上を見込めない店頭販売機能を残しているというものが存在する。このこ

とは、すでに水海道地域の中心市街地に大店舗が進出しており、地域住民の生活ニーズを広く満たしていることと無関係ではない。1990年の時点で水海道地域における日常の消費行動は、中心市街地に進出した大店舗へ集中していた(高橋ほか、1990)。

かつて地域住民の日常生活ニーズを直接的に満たす存在であった商店街は、地域住民のニーズには公共機関を通じて間接的に対応しつつ、一方で広域な企業間取引によって、水海道地域外の人々のニーズを間接的に満たしている。こうした中心市街地の商業機能の変化のなかで、商店街には、商業という枠をこえて、地域コミュニティを維持する舞台としての役割がますます求められるようになっていく。本事例で検討した水海道祇園祭や水海道千姫まつりは、いずれも商店街において、商業振興よりも地域コミュニティを維持しようとするものとしてさらに重視されるべきものである。商店街での店頭販売のみを前提とした振興策も、今後は商店街を舞台とした地域コミュニティを維持するものがいっそう求められる。

本研究の現地調査に際して、常総市役所の土井義行様、常総市商工会の中川弘美様、ならびに水海道駅前観光案内所や水海道地域の商店主の皆様からは多大なるご協力を受け賜りました。なお、添付の土地利用図の製図にあたっては筑波大学の宮坂和人技官に依頼しました。皆様へ深く御礼を申し上げます。

[注]

- 1) 商品の製造から卸売、小売までの一連の流れを垂直的に検討する流通地理学はこの限りではない。
- 2) 高橋ほか(1990)は水海道地域を首都圏外縁部に位置するものと規定しており、本稿における水海道地域の位置づけは、この規定に基づく。
- 3) 商工会の正式名称は不明であるため、水海道市史編さん委員会(1985)の表記に従った。
- 4) 地名表記は現在のものを用いた。
- 5) 高橋ほか(1990)における同様の図に従って、商業については飲食料品小売店と物品販売小売店の区分を用いた。
- 6) 祇園祭は、全国的にはササノオノミコトを祭神とする八坂神社などで斎行されることが多い。
- 7) 本社神輿担当の7町に加え、亀岡町、天満町、山田町、森下町で構成される。
- 8) ただし3日目は中日で休みであった。
- 9) 水海道まちづくりネットワークは2012年3月に解散した。

[文 献]

- 荒木俊之（2007）：「まちづくり3法」はなぜ中心市街地の再生に効かなかったのか－都市計画法を中心とした大型店の規制・誘導－. 荒井良雄・著本健二編：『流通空間の再構築』. 古今書院, 215-230.
- 五十嵐 篤（1996）：富山市における中心商店街の構造変化－経営者意識との関連性を含めて－. 人文地理, **48**, 46-59.
- 兼子 純・山下亜紀郎・豊島健一・高橋珠洲彦・川瀬正樹・高橋伸夫（2002）：水戸市中心市街地における商業地域構造と地域活性化. 地域調査報告, **24**, 1-31.
- 高野誠二（2005）：都市整備事業の実施をめぐる都市内の政治権力構造－八王子市における旧中心商店街の活性化－. 地理学評論, **78**, 661-687.
- 高橋伸夫・山下宗利・平 篤志・橋本雄一・松村公明（1990）：水海道市における商業の地域構造. 地域調査報告, **12**, 187-214.
- 田林 明（2000）：常総ニュータウンの農業における女性の役割－茨城県北相馬郡守谷町の事例－. 田林 明・菊地俊夫編：『持続的農村の維持システム』. 農林統計協会, 51-80.
- 根田克彦（2008）：日本における「小売業の地理学」の研究動向とその課題. 地理空間, **1**, 128-141.
- 藤永 豪（2009）：つくば地域. 斎藤 功・石井英也・岩田修二編：『日本の地誌6 首都圏Ⅱ』. 朝倉書店, 321-338.
- 水海道市史編さん委員会編（1983）：『水海道市史 上巻』. 水海道市.
- 水海道市史編さん委員会編（1985）：『水海道市史 下巻』. 水海道市.
- 美馬秀造（1990）：『たばこ流通史－たばこ元売捌人制度を中心として－』. たばこサービス事業協会.
- 安倉良二（2007）：愛媛県今治市における中心市街地の衰退と仲間型組織による再生への取り組み－「今治商店街おかみさん会」の活動を中心に－. 経済地理学年報, **53**, 173-197.